Virgiliu Gheorghe

REVRĂJIREA LUMII

sau de ce nu mai vrem să ne desprindem de televizor

— Ediţia a II-a – **Editura Prodromos 2008**

Ilustraţia copertei: Avâpamopo Qtţioc; 5 pd Ko<;

(antropomorfizarea balaurului) fragment din miniatura unui manuscris din secolul al XIII-lea, mănăstirea Marea Lavră, Sfântul Munte;

Descrierea CIP a Bibliotecii Naţionale a României

GHEORGHE, VIRGILIU

Revrăjirea lumii / Virgiliu Gheorghe – București Prodromos, 2008

ISBN (10) 973 – 87900 – 2 – 6; ISBN (13) 978 973 – 87900 – 2 – 5

Cuvânt înainte

O ipoteză tragică: triumful mondial al Statului magic

„Vizionarea TV, prin caracteristicile sale, îi determină pe oameni să se raporteze la televiziune ca la o instanţă de ordin religios. Nu numai metaforic vorbind, televiziunea instituie în societatea mediatică o realitate asimilabilă templului din religiile idolatre”, precizează dl Virgiliu Gheorghe enunţând ideea axială a cărţii de faţă.

Fantasme fabricate și refabricate de mașinăria infernală a imagologiei televizualului răzbat direct în subconștiinţa omului, lipsindu-l de controlul elementar asupra propriilor dorinţe și reprezentări, blocându-i accesul la exercitarea liberului arbitru. Plonjând cu voluptate în mediul de imagini și de fantasme generate continuu de ecranul televizorului, omul intră fără să știe în cea mai umilitoare robie, în robia minţii.

Efectul mediei audio-video este unul de tip magic dat fiind faptul că după numai două minute de la instalarea în faţa televizorului crește fantastic emisia undelor alfa, ale pasivităţii, stării semihipnotice, reveriei și teledependenţei

etc. Activităţile de tip beta ale cortexului se diminuează spre pragul zero, facultatea selectivă încetează să se mai manifeste, funcţiile axiologice sunt brusc suspendate, insul este deposedat de orice iniţiativă psihomorală, se comportă ca și cum ar fi dirijat de „altcineva”, ca în stările de somnambulism. De aceea, ne spune dl Gheorghe, expunerea la televizor induce stări psihice pe care le putem încadra în familia stărilor alterate de conștiinţă (stările de natură hipnotică, visele, halucinaţiile etc.).

Un ins care petrece circa 3 – 6 ore în faţa televizualului și crede nu în *realitatea* lucrului, ci în *imaginea* lui, pe care i-o furnizează prelucrarea (deconstrucţia) televizuală, este vrăjit, confiscat mental și simţual de fantasmele televizuale, astfel că aproape nu-şi mai aparţine. Este principala concluzie la care ajunge dl Virgiliu Gheorghe în cartea sa, a doua dintr-o serie, primul volum purtând titlul mai mult decât grăitor: „Efectele televiziunii asupra minţii umane”.

Cartea de faţă este o lucrare de sinteză şi de triumf a noologiei creştine în explicarea crizei omului modern, decăzut la condiţia de om televizual, decuplat deopotrivă senzorial, spaţio-temporal şi, mai grav, după cum se poate deduce din lectura cărţii, decuplat noologic de raportarea renovatoare la Dumnezeu.

Concluzia cercetărilor în domeniu, sintetizate de către dl Virgiliu Gheorghe în cele două cărţi ale sale, este aceasta: imagologia televizuală se substituie religiei instituind un tip special de idolatrie prin care triumfă în lume cultura nihilistă şi domnia „statului magic”, cele două mari faţete ale erei globalizării. Unele cărţi ca aceea a lui McLuhan (*Mass-media sau mediul invizibil*), dar şi aceea a lui Jerry Mander (*Four Arguments for the Elimination of the Télévision*) şi a lui Janne M. Healy, *Endangered Mind*) se înscriu şi ele într-o atare serie mondială de avertismente severe asupra marilor primejdii aduse de generalizarea mediului televizual de existenţă.

Cartea domnului Virgiliu Gheorghe se

individualizează între toate aceste lucrări şi prin perspectiva din care este întreprinsă cercetarea sa, aceea a influenţei culturii nihiliste şi a „statului magic” asupra condiţiei religioase a omului modern. „Omul acesta nou” pare a fi cu adevărat *purtătorul unor terifiante mutaţii*, a căror notă dominantă este *negativul omului* creat de Dumnezeu, este chiar „antiomul”, cum îl caracterizează un istoric şi filosof creştin. Este motivul principal pentru care autorul încadrează televiziunea şi mediul creat de aceasta în ceea ce socoteşte a fi configuraţia culturii nihiliste ale cărei trăsături definitorii sunt:

— Dumnezeu a fost ucis în sufletul celui care-o împărtăşește, în mediul acestei culturi;

— Actul televizual a înlocuit actul religios;

— Tainele au fost substituite de mistere;

— Lumea TV ajunge a fi percepută ca lume exemplară a existenţei plenare, ceea ce-i atestă caracterul idolatru;

— Omul liber în faţa lumii şi a lui Dumnezeu lasă locul tipului teledependent, un straniu mutant, pe care faza postnihilistă îl etalează la o scară şi într-o proporţie mondială.

„Ce aduce nou mediul cultural contemporan, noul stil de viaţă faţă de societatea tradiţională şi se reflectă în mod amplificat în mesajul lumii TV şi în experienţa acesteia? Răspunsul nu este greu de găsit în contextul cercetărilor privind problemele de atenţie şi învăţare.

Concluzia la care se poate ajunge este că germenul disolutiv pentru viaţa şi sănătatea mentală a tinerilor noilor generaţii îl constituie, în modul cel mai probabil, cultura sau experienţa nihilistă” (citat din mss), iar această cultură a nihilismului capătă proporţii planetare graţie efectului de umbrelă informaţională globală, pe care-l induce mass-media în frunte cu televiziunea. Umbrela televizuală capătă două expresii:

a) controlul fluxului mental prin mecanisme de tip ideologic, instaurând în lume idolatria ideologiilor;

b) controlul mental prin narcoza conştiinţei ca efect al manipulării simţuale a omului, graţie fantasmelor şi imaginarului televizual. Cele două totalitarisme – ideologic şi magic – induc două formule de stat totalitar, iar acestea sunt amândouă expresii ale culturii nihilismului, pe care dl Virgiliu Gheorghe o examinează în această carte.

Ştiinţa între cultura nihilismului şi cultura credinţei

Televiziunea afectează, ne avertizează autorul, deopotrivă activitatea corticală a creierului şi puterea sufletească a indivizilor care aleg să trăiască într-un mediu televizual de existenţă. Condiţia umană este grav afectată, iată ideea axială a primului volum al autorului, volum dedicat efectelor televiziunii asupra minţii umane (Gheorghe 2005). Dl V. Gheorghe caută şi găseşte în acel volum probatoriul înspăimântător cu privire la efectele devastatoare ale televizualului asupra cortexului. Reţinem aici doar câteva dintre aspectele rezumate în respectivul volum. Mai întâi, ne avertizează autorul, televizualul modifică oscilaţiile undelor creierului, până la diminuarea spre zero a undelor beta, adică a suportului energetic al activismului cerebral, al proceselor de gândire, analiză şi decizie:

În cercetările întreprinse de soţii Emery ori în cele ale lui Krugman, s-a ajuns la concluzia că, „odată ce televizorul este pornit, undele creierului încetinesc până când undele alfa şi delta devin preponderente. Cu cât televizorul stă mai mult timp aprins, cu atât sunt mai lente undele cerebrale” (*Mander* 1978: 206).

În al doilea rând, ne previne autorul invocând concluziile şi măsurătorile unor mari savanţi americani, neuropsihologi în special, televiziunea şi întreaga cultură legată de televizual creează mediul de apariţie a unor anomalii neurologice în ceea ce priveşte emisfera stângă a creierului, a cărei activitate pare a fi masiv inhibată pe toată durata privirii televizorului. Apariţia acestei anomalii neurologice în timpul privitului la TV şi anume inhibarea activităţii emisferei stângi a creierului, care-şi reduce

extrem de mult activitatea, induce o radicală diminuare a capacităţilor critice, a creativităţii, a răspunsului şi deci a reactivităţii cortexului la stimulii primiţi pe cale televizuală.

Cât de adânc sunt sesizate lucrurile acestea de către Pr. Dionisie de la Muntele Athos. „E o înţelepciune mare, nu sunt lucruri mici toate chestiunile, toate înlesnirile astea, dar vezi că le întrebuinţează oamenii spre dărâmarea lor, le întrebuinţează oamenii spre a se depărta de Dumnezeu. Ăştia pe care i-a luminat Dumnezeu şi au descoperit atâtea înlesniri, niciodată nu zic: «Ia uite, Dumnezeu mi-a ajutat şi am descoperit cutare lucru». Nu! «Eu, eu!». Eh!... Şi atunci nu este mai mare primejdie la fiecare dintre noi ca atunci când ai egoismul în tine. Adică, dacă ai egoism, de-acum te pui în locul lui Dumnezeu, nu te smereşti «că eu sunt praf şi cenuşă», ci: «Eu am descoperit, eu am făcut». Nu zici: «Mulţumim Domnului, m-a luminat harul Sfântului Duh, m-a luminat Dumnezeu care pretutindenea şi în tot locul, şi în tot momentul e cu noi şi am descoperit asta». Nu, niciodată! Vezi? Egoismul! De aceea omenirea merge depărtată de harul Sfântului Duh.

Mândria e cea mai primejdioasă patimă. Toate patimile, toate păcatele se iartă foarte lesne şi te îmbrăţişează Dumnezeu, şi te duce în împărăţia Cerului. Însă, la împărăţia Cerului sub niciun motiv nu poţi înainta cu *înălţarea minţii*, cu mândria. Ispititorul, satana cel mare, e foarte deştept şi ştie lucrul ăsta. De aceea *seamănă în omenire înălţarea minţii şi tulburarea*, *adică mândria*, *ca să nu poată înainta omul la împărăţia Cerurilor*. Căci Sfintele Scripturi aşa spun că, din bunătatea Lui, Dumnezeu vrea ca acolo unde a fost împărăţia satanei atât de înfricoşat şi mare, care pe urmă a căzut din cauza mândriei, acolo să completeze locurile acelea cu sufletele bunilor creştini şi ale călugărilor care s-au aflat la Dumnezeu. Dar acolo nu poţi ajunge dacă ai înălţarea minţii, sub niciun motiv! Doar cu smerita

cugetare poţi ajunge acolo! De aceea, ispititorul instalează în sufletul copilului, de mic, înălţarea minţii, mândria, lucru care zicem că nu-i nimic, şi de fapt acela-i cel mai dăunător, cel mai primejdios pentru mântuirea sufletelor noastre”.

Iată, dar, că televizorul rupe intelectul de inimă, amputează funcţia sufletească, îl aruncă pe om în externalitatea lumii, în cele deşarte, de la mândrie (auto-admirare) până la beţia simţurilor, totul este plonjare totală în lumea aceasta, uitare de cer şi de Dumnezeu, şi încredinţare în cele de pe pământ. Nimic din ceea ce ţine de extratemporalitate, de alocalismul noosic al fiinţei profunde, nu mai răzbate în manifestările cele obişnuite ale omului. Lucrul cel mai grav este că toate acestea revin în câmpul de conştiinţă al omului astfel amputat în forma degradată a „religiei televizualului”, în fapt o para-religie, o gravă, primejdioasă idolatrie care aruncă omul în robia magicului, provocând cea mai tragică decuplare ontologică a omului, decuplarea din raportul cu adevăratul Dumnezeu şi deci cu adevărata Biserică.

Lumea TV este o „casă a zeilor”, ceea ce arată îndeajuns că lumea este supusă unei masive „revrăjiri prin televizionare”. Într-o atare lume întoarsă pe dos, „televizorul devine templu” şi „temei al unei alte sanctificări”, televiziunea câştigă un adevărat monopol pe piaţa miturilor şi fantasmelor omului modern, ceea ce reprezintă într-adevăr pilonul terific al edificării statului magic în lumea revrăjită.

Amputarea memoriei sacre

Viaţa înseninată şi pacificată, şi lumea liniştită sunt roadele darului, ale Harului, ele decurg din caracterul graţiat sau dăruit al existenţei, consecinţă a creaţiei. Aici este locul în care se interpune televiziunea: ea promite linişte, armonie, vindecare, înseninare şi pacificare, bucurie şi beatitudine. Tragică minciună.

O nouă problemă survine în raport cu un astfel de unghi al abordării problematicii omului şi a societăţilor în

lumina teoriei substituirii lucrării harului printr-o putere mincinoasă, cum este televiziunea, şi anume aceea a caracterului răscumpărător, tămăduitor, al memoriei sociale sau colective, esenţial pentru o ştiinţă a societăţii. Televiziunea modifică memoria, *obturează canalul amintirii de Dumnezeu*, ceea ce conduce la cea mai gravă maladie ontologică a omului ca specie. Dar mai presus de toate, această amputare este o tragică deviere a ştiinţei, care devine astfel albia unei canalizări nihiliste.

Memoria sau „aducerea-aminte de Dumnezeu" a fost la început „simplă şi omogenă", ne spune Sf. Grigorie Sinaitul. „Principiul şi cauza gândurilor înseamnă, după încălcarea poruncilor, distrugerea memoriei simple şi omogene. Devenind complicată şi schimbăcioasă, din simplă şi omogenă cum era, ea a pierdut amintirea lui Dumnezeu şi puterea ei a fost distrusă. Remediul pentru a scăpa această memorie primordială de memoria primejdioasă şi păcătoasă a gândurilor este revenirea la simplitatea iniţială…

Marele remediu pentru vindecarea memoriei este perseverenţa şi neclintita aducere-aminte a lui Dumnezeu prin rugăciune" (*Meyendorf* 1992: 57). Or, cultura televiziunii compromite, blochează tocmai această amintire, căci la toate necazurile şi spaimele omului propune o evadare în lumea cutiei de sticlă. Adevărata vindecare presupune „dezactualizarea vieţii robite de memoria primejdioasă şi păcătoasă a gândurilor" şi deci disponibilizarea pentru energii sau lucrări duhovniceşti. Aceasta este calea dreptei trăiri şi către dreapta rânduială. Aici se interpune cu putere deviatoare televiziunea: ea promite ceea ce numai Dumnezeu ne poate da. Orice dezactualizare a vieţii robite de neputinţe şi de patimi este implicit o actualizare a darului şi deci a latenţelor sufleteşti. Aceasta presupune tocmai situarea în orizontul „bucuriei şi al veseliei în suflet" „lubitorule de Dumnezeu, fii foarte atent! Atunci când te îndeletniceşti cu munca şi vezi o lumină sau un foc, înăuntrul tău sau în exterior, sau

aşa-zisa imagine a lui Hristos, a îngerilor sau a sfinţilor, nu o primi, eşti în primejdie, şi poţi să suferi din cauza ei. Nu-i da voie spiritului să născocească astfel de imagini! Toate aceste născociri exterioare nepotrivite au ca efect *rătăcirea sufletului*. Adevăratul principiu al *rugăciunii este căldura inimii, care arde patimile, care naşte bucuria şi veselia în suflet, care supune inima unei iubiri adevărate* şi unui sentiment de plenitudine neîndoielnică" (*Meyendorf* 1992: 57).

Televiziunea este acea forţă care ne sustrage, ne răpeşte de pe calea spre adevărata eliberare şi ne livrează robiei cutiei născocitoare de imagini. În felul acesta, la obturarea funcţiilor emisferei stângi, a dinamismului creierului prefrontal, de care vorbeşte autorul în cartea sa ca despre cele mai grave efecte ale expunerii la televizual, se adaugă şi această amputare a memoriei ontologice, adică a amintirii de Dumnezeu. „Sfinţii părinţi şi psihologia adâncurilor arată că sunt *două memorii*: o *memorie ontologică, fiinţială, sacră, a chipului lui Dumnezeu în om*, şi o *memorie istorică – acea agonizare umană de-a lungul vieţii, mileniilor umane* (...) zice Psalmistul: Ci pus-a în vistierii adâncul" (*Meyendorf 1992*: 57).

„Ce sunt nu ştiu, iar ce ştiu nu sunt". „Trei sunt uriaşii care ucid sufletul: Uitarea, Ignoranţa şi Lenea".

Să reţinem că cele două forme de memorie constituie adevăruri de la vârful ştiinţei sufletului pe care psihologia pozitivistă le-a făcut obscure, tocmai ca sufletul să piardă legătura cu dreapta memorie. *Iar televiziunea cultivă unilateralitatea memoriei aşa cum în raport cu cele două emisfere cerebrale cultivă unilateralitatea emisferei drepte*. În genere, lucrurile sunt simple şi învăţăturile sunt şi ele simple. Învăţăturile actualizate au forma *sentimentelor bune*, iar îndrumările rele vin pe calea şi prin mijlocirea sentimentelor negative şi a gândurilor încâlcite sau, graţie televizualului, vin prin mijlocirea unei vieţi amputate.

Televiziunea creează într-un ins iluzia că lucrurile şi

timpul sunt la dispoziţia lui încât el nu realizează că toate sunt deşertăciune şi doar cele simple sunt aducătoare de pace, armonie, siguranţă şi mântuire. Sentimentul bun este învăţătura cea bună. Noi suntem întotdeauna în interiorul câte unui sentiment dominant în jurul căruia se clădesc, mai apoi, toate gândurile şi orientările noastre. Unele sentimente sunt luminoase şi ele fac din noi persoane luminate, minţi luminate, gândire luminată. Eroarea „iluminiştilor" a fost aceea să creadă că „raţiunea" este sursa luminii. În realitate, sursa luminii este în adâncul fără fund al inimii, însuşi Dumnezeu, şi se transpune în lume prin trăiri înălţate şi înălţătoare, adică prin stări sufleteşti, la temelia cărora găsim latenţele sufleteşti, energiile necreate. Or, tocmai acest dinamism vertical este suprimat de televiziune.

Deformarea tiparelor experienţei colective.

Dezbisericirea lumii

Putem încadra, iată, efectele televizualului în categoria celor de tip devastator şi nu putem să nu receptăm oferta noului concept al autorului pentru a reda sintetic noul tip de cultură generată de mediul comunicării video-audio: *cultură nihilistă*. Cum să precizat, aceasta afectează nu doar activitatea cortexului, ci diminuează în chip dramatic, spre alarmă, puterile sufleteşti ale indivizilor şi în ansamblu ale popoarelor. Dl Virgiliu Gheorghe examinează în profunzime chestiunea. Cultura noilor media pare a diminua spre anihilare *valoarea* (VI) pe care omul o atribuie în mod obişnuit unei *trăiri* (*stări de viaţă*) *înălţate la Dumnezeu*, ceea ce afectează *actualitatea ei sufletească*, şi deopotrivă *intensitatea* ei (ai). *Există moduri de viaţă care provoacă declinul preţuirii unor tipare de trăire. Diminuarea preţuirii unui tipar de viaţă aduce după sine şi diminuarea aderării la el. Prin urmare, orice act de trăire este „învelit" de aceste două faţete: preţuirea şi aderarea*. Ele trebuie să se regăsească în orice diagnoză asupra comportamentelor omeneşti, deci în studiile şi cercetările umane.

Fiecare cadru spiritual este aidoma unei insule sau grădini în care te întâlneşti cu cei ce aleg *să-şi trăiască zilele libertăţii acolo*. Între *valoarea unui cadru de trăire* (*preţuirea* sau *actualitatea lui sufletească*) şi aderarea la el, practicarea lui în viaţa cea de toate zilele, este o diferenţă care fundamentează predicţiile realiste*. În fapt, orice popor, prin manifestările lui creatoare, îşi fixează tiparele de „trăire" sub forma unor cadre spirituale, la rândul lor multiplicate în opere, ritualuri, sărbători etc. Şi, mai presus de toate, în religiozitate. Toate acestea compun un „întreg" spiritual definitoriu pentru acel popor*.

Arareori o *elită* s-ar putea manifesta la *puterea întregului spiritual al unui popor*. Particularitatea culturii bazate pe exclusivitatea mediului video-audio de comunicare constă în aceea că micşorează această varietate de cadre spirituale, dar mai ales compromite accesul la cadrele de viaţă spirituală pe care le desemnăm sintetic prin termenul de *Biserică* sau prin termenul de *koinonia* care înseamnă stare de *comuniune*, iar aceasta atinge un prag maximal în acel *cadru de trăire* (noologic) pe care-l numim Biserică.

Televizorul dezbisericeşte lumea, ne previne dl Virgiliu Gheorghe, instalând în mediul de viaţă al popoarelor un fel de surogate religioase, între care se află însăşi televiziunea. Toate cercetările dedicate acestei chestiuni au constatat că *există o legătură strânsă între stările neurologice, psihologice şi, am adăuga noi, noologice, induse de vizionarea TV şi de conţinutul acesteia şi care se încadrează în stările alterate ale conştiinţei, din aceeaşi familie cu stările induse de droguri, cu fantasmele, visele, psihozele* etc. Trăsătura dominantă a acestei legături este dată de faptul că în toate se poate citi, pe de o parte, alterarea conştiinţei şi, pe de alta, progresul nihilismului. Încât putem adera şi la cea de-a doua concluzie desprinsă din această categorie de cercetări: singurul răspuns la cultura nihilismului este cultura credinţei. Fără de această „întoarcere" se poate uşor

prognoza nu sfârşitul civilizaţiei occidentale, ci sfârşitul omenirii. Cu adevărat, lumea se află azi la răspântie: cultura nihilismului şi cultura credinţei reprezintă marea bifurcaţie a omenirii. Ea este bifurcaţia între drumul spre sinucidere colectivă sau spre supravieţuire colectivă. Tertium non datur.

Prof. univ. dr. Ilie Bădescu

Directorul Centrului de Geopolitică şi Antropologie Vizuală al Universităţii Bucureşti

Introducere în principal, forţa televiziunii decurge din capacitatea pe care o are de a transmite imagini în mişcare, de a te face să vezi în faţa ochilor „realităţi" care nu sunt în acel loc sau care nici nu există. Aceste imagini, spre deosebire de cele formate prin vederea lucrurilor care ne înconjoară efectiv, au capacitatea de a penetra cu o forţă deosebită subconştientul uman. Studiile sociologice demonstrează că oamenii, deşi ştiu că o mare parte din tot ceea ce văd pe micul ecran este ficţiune, se comportă ulterior vizionării ca şi cum totul ar fi fost real şi bun de avut ca model.) rA fi văzut" a fost dintotdeauna cel mai bun argument.

Prin puterea pe care o deţine în furnizarea resurselor principale pentru construirea imaginarului individual şi colectiv, televiziunea marchează în mod esenţial existenţa omului contemporan, influenţându-i chiar şi modul religios de a fi. De aici decurge şi problematica de care ne vom ocupa în volumul de faţă: cum va înrâuri televiziunea viaţa religioasă a omului zilelor noastre?

Încă din primele capitole sunt puse în evidenţă cauzele de natură psihologică şi sociologică pentru care televizionarea poate fi integrată unui comportament cu importante conotaţii religioase sau, mai precis, magice. Puterea uriaşă de persuasiune pe care imaginile în mişcare o deţin în modelarea imaginaţiei şi în manipularea indivizilor se datorează în primul rând faptului că în faţa ecranului TV mintea pătrunde într-o stare de natură semihipnotică, uşor încadrabilă stărilor alterate de

conştiinţă

De asemenea, întâlnirea cu ecranul video este marcată de inducerea unor transformări majore în modul de funcţionare al creierului uman, transformare similară celei produse de drogurile sau de substanţele halucinogene. Din studiile citate rezultă că imaginea TV, deşi nu este o substanţă care să pătrundă în corpul omului precum drogul, favorizează ca şi acesta evaziunea în imaginar, starea euforică şi chiar intrarea într-o stare alterată de conştiinţă. Aici se află, cheia înţelegerii hegemoniei pe care, în numai câteva decenii, televiziunea a dobândit-o asupra conştiinţei oamenilor de pretutindeni.

Mecanismele psihologice puse în mişcare de televiziune, explicabile în termenii medicali ai neuropsihologiei, ajung să influenţeze în mod semnificativ viaţa psihică şi religioasă a omului contemporan. Televiziunea acţionează, undeva la încheietura dintre sistemul nervos, în dimensiunea sa somatică, şi psihicul uman, cel în care îşi găseşte ecou viaţa sufletească a omului. Ea se dovedeşte a fi o tehnologie capabilă să inducă gânduri şi emoţii, să reorganizeze modul de gândire al omului, să-i modeleze imaginaţia şi prin aceasta gândirea religioasă.

În capitolul Este vizionarea TV un act religios? s-a analizat din punct de vedere fenomenologic ce înseamnă vizionarea TV pentru viaţa religioasă a omului contemporan şi în ce măsură poate fi considerat acest obicei un act de natură religioasă. Necesitatea unei asemenea abordări a fost dată de faptul că televiziunea substituie o mulţime din funcţiile pe care, în mod firesc, religia le îndeplineşte în viaţa oamenilor. Analiza a scos în evidenţă faptul că lumea TV aparţine unui spaţiu şi unui timp similare spaţio-temporalităţii lumii sacrului şi, totodată, defineşte o realitate perfect identificabilă cu cea a mitului. Stările mentale experimentate de telespectator pe parcursul vizionării sunt similare cu cele experimentate de adepţii cultelor idolatre în faţa Misterului – dumnezeul

acestor credinţe.

Concluzia la care am ajuns a fost aceea că vizionarea TV, prin caracteristicile sale, îi determină pe oameni să se raporteze la televiziune ca la o instanţă de ordin religios, deşi ea nu constituie decât un mijloc evazionist bun pentru uitarea crizei existenţiale pe care o traversează omul secularizat al societăţii tehnologice. De fapt, pe parcursul acestui capitol au fost identificate elemente ce dovedesc că efectul principal al televiziunii este unul de natură magică.

Magicul explică atât fascinaţia exercitată de televiziune asupra tuturor oamenilor, cât şi uriaşa forţă de manipulare exercitată de acest mijloc de comunicare. Efectul de real al imaginilor în mişcare, suspendarea îndoielii datorată vederii cu propriii ochi, caracterul dramatic, intens emoţional al conţinutului programelor TV, preponderenţa efectului subliminal al mesajelor transmise şi caracterul semihipnotic al stării mentale parcurse de telespectator – o stare uşor asimilabilă stărilor de conştiinţă alterată – sunt câteva din trăsăturile fundamentale ale actului vizionării ce favorizează în mod deosebit un efect magic al televiziunii.

Deşi nu ne dăm seama, preţul pe care îl plătim pentru plăcerea oferită de petrecerea timpului în faţa micului ecran este însăşi libertatea de a gândi, de a alege singuri, de a ne defini un mod personal de a fi. Prin mecanismele pe care le pune în mişcare, televiziunea are acces liber la tabloul de comandă al conştiinţei umane. Impunându-şi propria imagine despre lume în mintea telespectatorilor, televiziunea conduce la o adevărată schizofrenie în perceperea realităţii. Tot mai mulţi oameni despărţiri prin televizionare de mediul înconjurător şi de habitatul familial ajung să se însingureze, să se izoleze în interiorul unei lumi de imagini care adesea nu mai are nimic comun cu realitatea. Nemaiapucând să se echilibreze sufleteşte, să reflecteze la el însuşi, să se regăsească în viaţa de familie sau în natură, victima mirajului TV acumulează tensiuni psihice uriaşe care

contribuie, desigur, la răspândirea fără precedent a bolilor psihice care se înregistrează astăzi.

Este important de observat că, plecând de la un efect tehnologic şi neuropsihologic, poate fi constatat un paralelism între modul în care funcţionau magiile odinioară şi cel în care acţionează fantasmele televizualului astăzi. Televiziunea populează sufletul uman cu o multitudine de imagini-fantasmă care ne leagă de anumite comportamente şi dorinţe. Iar dacă avem în vedere că acest lucru se desfăşoară fără ca majoritatea oamenilor să conştientizeze influenţarea ocultă a propriilor comportamente, în condiţiile în care se naşte şi o legătură de dependenţă faţă de instrumentul manipulării, atunci televiziunea ajunge în lumea modernă să substituie perfect rolul magicianului tradiţional.

Nu atât manipularea este lucrul cel mai grav, cât transformările produse de media video în conştiinţa oamenilor conectaţi din primii ani de viaţă la mediul realităţii virtuale. Atracţia noilor generaţii faţă de magie şi ocultism, faţă de noile idolatrii care ne invadează din Orient şi faţă de droguri poate fi uşor corelată, prin prisma studiilor citate pe parcursul cărţii, cu puterea tot mai mare pe care imaginea video o dobândeşte asupra minţii tinerilor.

Corelarea vizionării TV cu consumul de droguri şi cu apariţia unui sindrom schizofrenic îşi găseşte explicaţia şi în faptul că televiziunea modelează telespectatorului o sensibilitate deosebită la experienţele evazioniste şi la o distorsiune în perceperea lumii reale. Prin cultivarea pasivităţii mentale, a deschiderii faţă de experienţele halucinatorii a lumii inconştientului şi a unei receptivităţi patologice faţă de practicile magice, televiziunea configurează omului contemporan o conştiinţă labilă în faţa acţiunilor magicului guvernate d forţele malefice ale inconştientului.

Efectul magic al mediei audio-video nu putea rămâne neexploatat de cei care urmăresc dobândirea puterii prin

controlul dorinţelor, mentalităţilor şi al comportamentului uman. Statul magic este, după Culianu, prototipul statului viitorului. În acest stat guvernarea se realizează cu ajutorul mijloacelor evazioniste, între care divertismentului, practicilor magice şi televiziunii li se acordă un loc central.

Statul magician este cel care conduce lumea prin publicitate şi divertisment, prin erotism şi desigur prin puterea imaginilor în mişcare. Vrăjirea sau, după cum se arată, revrăjirea lumii prin media audio-video devine instrumentul principal în controlul conştiinţei umane, în spălarea creierului, în formarea omului nou – experiment ratat de comunism.

Acţiunea hipnotică, efectul magic, fascinaţia visului şi efectul dedependenţa cimentează cu putere legătura dintre telespectator şi mediul lumii TV, lipsindu-l într-o măsură tot mai mare de posibilitatea de a alege liber şi de a se opri la timp din vizionare. Efectul hipnotic ne atrage privirea către ecran, ne introduce mintea într-un ritm alfa, într-o stare de pasivitate şi de puternică sugestibilitate la mesajele televiziunii.

Imaginile în mişcare având o putere deosebită în penetrarea subconştientului, rămân necenzurate şi neconştientizate complet, ceea ce face posibilă, după cum demonstrează neuropsihologii, aşa-zisa învăţare în somn. Este suficient să ne uităm zilnic câteva ceasuri la televizor, să adunăm şi să depozităm în subconştientul nostru mii, sute de mii, milioane de imagini[1], ca să ne schimbăm treptat, fără să ne dăm seama, modul de a gândi, de a ne raporta la realitate, comportamentul, obiectivele, dorinţele şi chiar năzuinţele cele mai intime. Aceasta se va întâmpla chiar dacă nu suntem de acord cu ceea ce vedem, chiar dacă îmbrăţişăm cu plăcere acele imagini sau le privim cu

1 La o medie de vizionare de trei ore pe zi, în condițiile în care imaginile se schimbă de cel puțin zece ori pe minut (media este de 12, ajungându-se până la 30 de efecte tehnice în fiecare minut), se ajunge ca pe parcursul unui an, unui telespectator obișnuit să-i fie depozitate în memorie cel puțin 650 000 de imagini.

indiferenţă şi chiar critic. Desigur, transformările sunt mult mai rapide atunci când gradul de empatie şi acceptabilitate a celor vizionate este mai mare. Prin urmare, oricum ar fi primite imaginile micului ecran, odată văzute şi înregistrate în subconştient, acestea devin realitate de conştiinţă, reper de judecată, grilă de interpretare în înţelegerea lumii înconjurătoare, temei al atitudinilor şi comportamentelor.

Având în vedere toate acestea, privitul la televizor pune în mare pericol libertatea persoanei umane. Este greu să nu se dezvolte obiceiul vizionării cotidiene, atunci când există timpul disponibil pentru aceasta. Este exclus controlul programelor vizionate, al mesajelor care se strecoară în adâncurile subconştientului. Ajunge să fie imposibilă păstrarea neschimbată a concepţiilor şi atitudinilor, evitarea manipulării şi a intoxicării minţii cu mesajele lumii TV. Singura modalitate prin care astăzi pot fi protejate libertatea, discernământul, sănătatea mentală şi sufletească nu poate fi decât renunţarea într-o măsură tot mai mare la „serviciile” televiziunii. Bineînţeles că nu este un lucru simplu de realizat, dar nu este imposibil, dacă oamenii se hotărăsc să revină la o viaţă firească de familie, la cultivarea plaţiilor comunitare şi, cu siguranţă, dacă întăresc în primul rând relaţia cu Dumnezeu, Cel pe care, într-un fel sau altul, omul contemporan îl caută acolo unde nu o să-L poată niciodată găsi, şi anume, în lumea fantastică şi iluzorie a micului ecran.

Puterea imaginilor în mişcare

Televiziunea este un mediu de comunicare unic în istoria umanităţii, imposibil de comparat cu oricare altul. Ca să înţelegem diferenţa dintre televiziune şi mijloacele de comunicare tradiţionale – scrisoarea, cartea, ziarul – ar trebui mai întâi să observăm că aceasta face parte dintre mediile de comunicare electrice (care utilizează câmpul electromagnetic) care, prin instantaneitatea transmiterii mesajelor, ne dau posibilitatea de a ne afla în acelaşi timp pretutindeni, dincolo de distanţele spaţiale, de graniţele

naturale ale locului în care ne aflăm.

Însă ceea ce aduce televiziunea în plus faţă de radio sau telefon, lucru uşor de sesizat, dar cu atât mai greu de conştientizat în consecinţele sale ultime, este imaginea. Forţa televiziunii constă, aşadar, în transmiterea instantanee a imaginilor, nu însă a unor imagini fixe, precum este tabloul sau fotografia, ci a imaginilor în mişcare. Nu vom putea niciodată cunoaşte cu adevărat imensa putere de care dispune televiziunea, dacă nu vom înţelege impactul pe care imaginile în mişcare îl au în conştiinţa oamenilor, în întreaga lor existenţă.

Pentru omul modern a vedea imagini din cele mai diverse, a asculta cuvinte sau învăţături contradictorii, a se împărtăşi din orice experienţă pe care o pune la dispoziţie societatea sau lumea înconjurătoare este ca şi cum s-ar plimba pe o plajă şi ar aduna o mulţime de pietricele interesante, din care pe unele le-ar băga în sac, iar pe celelalte le-ar arunca înapoia sa. Acest om crescut la şcoala evoluţionistă sau materialistă a timpului nostru consideră că liberul arbitru sau raţiunea îi permit să selecteze dintre imaginile sau experienţele întâlnite pe acelea care îi convin sau îl interesează, iar pe celelalte, chiar dacă s-a împărtăşit deja din ele, le poate azvârli cu uşurinţă în coşul uitării, fără a le îngădui să lase vreo urmă sau influenţă în adâncul sufletului. Omul modern îşi zice, aşa cum a fost învăţat, că este capabil a discerne ce este adevărat, bun sau folositor din tot ceea ce vede, aude sau învaţă (spre exemplu, de la televizor) şi să se debaraseze de tot ce consideră fals, rău sau nefolositor.

Omul religios, însă, ştia că imaginile lucrurilor văzute sau cuvintele auzite sunt ca nişte mici săgeţi, care, pătrunzând prin ochi sau urechi în mintea noastră, ajung să se implânte cu putere în adâncurile acesteia în locuri pe care, în mod conştient, nu le putem cerceta[2]. Ele vor rămâne acolo pentru totdeauna, prinzând rădăcini mai

2 Adâncul minții sau inima este văzut, în psihologia modernă, ca subconștient. (Stăniloae 1992: 126).

mult sau mai puţin adânci, în funcţie de gradul în care ne-au impresionat, proporţional cu plăcerea cu care le-am primit sau pe cât de folositoare le considerăm. De aici ele vor putea influenţa imaginaţia şi gândurile noastre, chiar dacă în mod conştient nu suntem de acord cu aceste influenţe[3].

Enorma putere pe care imaginile le au în modelarea imaginaţiei, în influenţarea vieţii oamenilor şi în istorie o mărturisesc toate marile religii ale lumii. Odată însă cu procesul de secularizare a culturii europene, rolul imaginii în viaţa omului a fost tot mai puternic eludat sau nerecunoscut[4].

La sfârşitul secolului trecut şi pe tot parcursul secolului al XX-lea, cercetările din domeniul psihologiei experimentale, a istoriei religiilor, antropologiei şi sociologiei imaginii au descoperit şi adâncit tot mai mult rolul imaginilor în viaţa psihicului uman. Concluzia generală la care ajung astăzi cercetători ca G. Dumezil sau M. Eliade, Bachelard sau G. Durand este că, undeva în adâncul minţii noastre, sunt imprimate, depozitate toate experienţele vizuale (imagini, simboluri, arhetipuri, mituri), de unde ne pot influenţa şi defini întreaga viaţă psihică[5].

---

3 Aceste constatări nu sunt simple superstiții așa cum erau ele văzute de materialiști, ci observații făcute de-a lungul a mii de ani în toate culturile și religiile cunoscute. Ele se fundamentau pe cunoștința existenței sufletului, a unei lumi interioare minții, a unor complexe relații și mișcări în interiorul acesteia.

4c etățeanul societății democratice nu pune nici un preț pe imagini sau alte mesaje. Toate îmbracă un caracter relativ, deasupra cărora el se ridică încre zându-se în puterea de discernământ a minții sale.

5 în nenumărate studii se arată că Darwin însuși sau materialiști ca Marx și Lenin, cu toate că propovăduiau sau divinizau omul ca produs al evoluției speciilor afirmând totodată gândirea materialistă ca semn al depășirii gândirii religioase sau simbolice, erau ei înșiși marcați, în creația și acțiunile lor, în modul cel mai profund, de o proiecție mitică sau simbolică. Marx și Lenin, spre exemplu, construiesc societatea comunistă ca pe o caricatură a lumii noi propovăduite de creștinism. O lume nouă, un paradis terestru al unei societăți a egalității, a bunăstării

Dintre toate experienţele pe care omul le are pe parcursul vieţii, cele vizuale ocupă un loc central. Una este să ni se povestească o întâmplare şi alta este să fim martorii celor petrecute. Vederea, se pare, ne apropie cel mai mult o realitate, oferind premisele unei intime implicări, deoarece lumea există pentru noi în primul rând pentru că o vedem.

„Ne transformăm în imaginile pe care le purtăm în minte susţine J. Mander”. (*Mander* 1978: 234) Altfel spus, imaginile pe care le primim pot ajunge să ne definească modul de a gândi, comportamentul, dorinţele sau întreaga noastră existenţă. Copiii se comportă, merg, vorbesc sau zâmbesc precum părinţii lor, observă J. Mander, pentru că ei poartă imaginile acestora în minte. Şi, pentru a vedea că acesta nu este neapărat un dat genetic, el aduce în atenţie un exemplu cunoscut tuturor, şi anume: prietenii care trăiesc ani de zile împreună sau soţul şi soţia ajung să semene atât de mult unul cu celălalt, încât adesea sunt consideraţi fraţi. Acest fenomen nu se manifestă însă în aceeaşi măsură la oamenii orbi, la cei care nu-şi pot vedea chipul partenerului de viaţă.

„Realitatea, subliniază J. Lull, este percepută, interpretată şi sintetizată prin intermediul imaginaţiei. Experienţele, imaginile simbolice, miturile sau tot ce

---

etc.

Lupta vehementă pe care aceștia au dus-o pentru distrugerea ordinii vechi, prin exterminarea a milioane de oameni, a demonstrat cu prisosință că mintea și subconștientul lor nu erau stăpânite de o gândire logică, rațională cât de o mitologie sau imagerie a maleficului.

Nici oamenii de știință a căror gândire este cel mai mult identificată cu raționalismul analitic, logic, nu sunt străini de influențele provenite din direcția gândirii simbolice sau a imaginarului. „Gerald Holton, fizician american a demonstrat într-un mod foarte minuțios, coroborat cu anchete de psihosociologie (...) cum descoperirile unor savanți precum Kepler, Copemic, Newton, N. Bohr și Einstein erau într-un fel presimțite de formația și sursele imaginare ale fiecărui cercetător.” Cu alte cuvinte, în teoriile formulate, ei nu au făcut decât să dea viață modului intuitiv, simbolic în care își imaginau lumea, de mici copii.

defineşte existenţa noastră cotidiană încă din primii ani de viaţă se adună în mintea fiecăruia dintre noi, constituindu-se în structuri simbolice de sensuri care ne modelează afectiv, ne influenţează în mod constant şi continuu ideile, gândirea conştientă şi chiar perceperea realităţii". (*Lull* 1999: 122)

Este un mit credinţa în puterea şi în autonomia unei raţiuni conştiente, libere de orice influenţă din zona de adâncime a minţii, numită de moderni subconştient. Mit susţinut sau propovăduit chiar de aceia care se folosesc cel mai mult de subconştientul oamenilor. Acesta este poate unul dintre cele mai profitabile mituri din întreaga istorie a omenirii, pentru că omul devine influenţabil şi uşor de manipulat atunci când exclude el însuşi posibilitatea manipulării. Adică, atunci când nu ştie sau când nu crede că imaginile sau mesajele pe care le primeşte au puterea de a-l influenţa, chiar dacă în mod raţional nu le acordă nicio atenţie.

Vom analiza, în cele ce urmează, câteva dintre efectele pe care televiziunea le are asupra psihicului şi chiar asupra trupului uman, efecte datorate în primul rând capacităţii acestei tehnologii de a transmite imagini în mişcare, de a modela, practic, imaginaţia telespectatorilor.

Prin imaginile sale, Televiziunea influenţează atât sistemul nervos vegetativ, cât şi pe cel endocrin

Imaginea nu are consistenţă fizică, volum sau greutate aşa cum au lucrurile; ea există doar în mintea noastră, este, cum s-ar spune, o închipuire, şi totuşi neuropsihologii moderni demonstrează că efectul imaginilor sau al imaginaţiei nu este identificabil doar la nivelul ideilor, al gândurilor, ci chiar la acela al corpului fizic. Cu alte cuvinte, imaginea prezentă în minte influenţează starea fiziologică a oamenilor prin antrenarea involuntară a sistemului nervos.

Spre exemplu, studiile întreprinse de Edmond Jacobson au demonstrat că, la persoanele care-şi imaginează că aleargă, pot fi depistate o seamă de

contracţii care au loc în muşchii ce au legătură cu alergarea: „Aceleaşi căi neurologice sunt excitate de imaginea alergării, ca şi în cazul alergării propriu-zise” (*Mander* 1978: 226). Pe această concluzie se bazează antrenamentul sportivilor cu ajutorul programelor de simulare pe calculator. S-a constatat, de exemplu, că schiorii care se antrenaseră cu ajutorul imaginilor pe calculator aveau rezultate comparabile cu cei care se antrenaseră în condiţii reale.

„Când o imagine sau un gând este ţinută în minte, observă Mander, se desfăşoară o activitate neuronală în ambele emisfere ale creierului. Acestea sunt însă legate prin intermediul fibrelor nervoase de hipotalamus, cel care are conexiuni cu sistemul nervos vegetativ şi cu glanda pituitară. Astfel că, atunci când o persoană ţine în faţa ochilor minţii o imagine înfricoşătoare, corpul răspunde, prin sistemul nervos vegetativ, cu o senzaţie de «fluturi în stomac», un puls grăbit, presiunea sângelui crescută, transpiraţie, pielea găinii şi uscăciunea gurii. În acelaşi fel, când o persoană are în minte o imagine plăcută, relaxantă, corpul răspunde cu un ritm diminuat al inimii, scăderea presiunii sângelui şi, evident, toţi muşchii au tendinţa de a se relaxa”. (*Mander* 1978: 226)

Prin urmare, dilataţia sau contracţia vaselor de sânge, ritmul respirator, peristaltismul intestinal, tensiunea musculară şi multe alte procese fiziologice pot fi influenţate prin intermediul sistemului nervos vegetativ de imaginile primite de la televizor sau de cele care se produc pe cale internă în cadrul procesului imaginativ.

Mai semnificative, pentru discuţia noastră, sunt însă căile de legătură existente între sistemul nervos vegetativ şi cortexul pituitar şi adrenal, căi care fac ca imaginile TV să ne poată influenţa, nu numai pe moment, ci şi în timp, activitatea metabolică, stările psihice şi chiar definirea caracterului.

„Glanda pituitară, arată Mander, secretă hormoni care reglează rata de secreţie a celorlalte glande; în

special glandele tiroidă, sexuală şi adrenală. Glanda adrenală secretă steroizi, care reglează procesele metabolice, şi epinefrină care cauzează reacţia de «luptă sau zbor» (...)". (*Mander* 1978: 228) în consecinţă, având capacitatea de a înrâuri activitatea sistemului neurovegetativ şi prin acesta activitatea hipofizei, fluxul de imagini şi stări emoţionale care ne asediază în faţa televizorului ne va putea afecta într-o măsură mai mare sau mai mică activitatea glandelor cu secreţie internă. „Prin aceste căi, o imagine primită în minte poate realmente afecta fiecare celulă din organism" (*Mander* 1978: 228).

De activitatea glandelor hormonale depinde starea fiziologică, nervoasă şi psihică a oamenilor. Aceasta deoarece activitatea hormonală se află la confluenţa dintre psihic, sistem nervos şi trup. Formele şi comportamentele specific masculine şi feminine, echilibrul sau dezechilibrul emoţional, personalitatea, particularităţile fizice şi spirituale sunt legate în mod direct de concentraţia diferiţilor hormoni secretaţi în organism. Caracterul şi starea de calm sau cea de nervozitate, starea de oboseală şi epuizare, de tristeţe sau depresie, caracterul slab sau cel energic, tendinţa de îngrăşare sau de slăbire necontrolată, sensibilitatea sau afectivitatea, duritatea şi pragmatismul, în toate se reflectă în chip esenţial activitatea glandelor cu secreţie internă.

Nu numai glandele hormonale influenţează viaţa psihică şi nervoasă a indivizilor, ci şi invers, stările emoţionale, gândurile, imaginile şi comportamentele au capacitatea, prin căile prezentate anterior, de a influenţa activitatea acestor glande. În privinţa influenţei comportamentelor, se cunoaşte că sedentarismul la femei, spre exemplu, generează un exces de hormoni feminini, ceea ce poate duce la îngrăşare, instabilitate emoţională şi chiar depresie. De asemenea, activitatea excesivă (activismul) şi adoptarea comportamentului masculin conduce, în cazul femeilor, la o secreţie în exces a

ţestosteronului (hormon masculin), ceea ce are ca rezultat diminuarea sensibilităţii şi activităţii specific feminine, asprirea caracterului – duritate, pragmatism – şi chiar estomparea formelor feminine ale corpului.

Adoptarea de către bărbaţi a unor comportamente, atitudini şi mentalităţi feminine şi invers, de către femei a unora masculine, poate fi una din explicaţiile comportamentelor homosexuale şi lesbiene. Cu foarte rare excepţii, deviaţiile homosexuale, însoţite de dereglarea activităţii glandelor cu secreţie internă, nu au o cauză organică, ci sunt determinate de mentalităţile şi comportamentele adoptate de respectivii indivizi.

Legătura directă între vizionarea programelor cu conţinut erotic şi micşorarea vârstei la care tinerii încep astăzi viaţa sexuală îşi poate găsi explicaţia tot în fenomenul prezentat anterior.

Promovarea obsesivă a eroticului pe micul ecran, prin excitarea imaginaţiei, poate stimula producţia hormonală şi, prin urmare, poate determina un dezechilibru semnificativ între secreţia în exces a hormonilor sexuali şi maturitatea fiziologică a copilului respectiv. Aceasta înseamnă că televiziunea poate constitui una din cauzele cele mai importante în determinarea unei maturizări precoce din punct de vedere sexual, observate la mulţi din copiii de astăzi a atracţiei sexuale excesive resimţite de aceştia faţă de persoanele de sex opus sau a apariţiei unui comportament sexual nepotrivit vârstei. Într-o societate tradiţională, copilul nu era niciodată martorul unor comportamente erotice care să-i incite imaginaţia. Maturizarea sa, din acest punct de vedere, apărea la timpul potrivit, corespunzător factorului genetic, maturităţii fiziologice, comportamentelor şi rânduielilor comunitare.

Petrecând zilnic câteva ore în faţa televizorului, încă de dinainte de a şti prea bine ce se întâmplă cu el, omul contemporan nu realizează că mulţimea de imagini, stări emoţionale, sentimente sau dorinţe care-i modelează

imaginaţia, prin vizionarea TV, au capacitatea de a-i influenţa nu numai gândurile şi concepţiile, ci, pe calea hormonală, chiar activitatea organică, starea fiziologică, sensibilitatea emoţională, caracterul şi personalitatea.

Imaginile tv au capacitatea de a substitui şi domina imaginile personale, dobândite prin lectură sau prin experienţa cotidiană

Când citim o carte, construim în propria minte imaginea lucrurilor, întâmplarea sau personajele prezentate acolo. Deşi mai multe persoane lecturează aceeaşi carte, fiecare îşi imaginează personajele sau întâmplările descrise în mod diferit, în funcţie de puterea imaginativă a fiecăruia şi de orizontul de înţelegere în care este integrată acea realitate. Întotdeauna poate exista o îmbogăţire sau o sărăcire a mesajului unei cărţi, astfel că niciodată personajele aceluiaşi roman nu vor arăta la fel în mintea fiecărui cititor. Ele sunt o combinaţie între ceea ce doreşte scriitorul să sugereze şi ceea ce intuim noi. Prin lectură devenim şi noi autori, reconstruind naraţiunea în interiorul minţii noastre. Dacă cineva aduce în discuţie subiectul unei cărţi citite, atunci, instantaneu ne vor reveni în minte întâmplările şi oamenii de acolo, aşa cum ni le-am imaginat pe parcursul lecturii.

După ce am vizionat însă ecranizarea acelei cărţi, personajele sau întâmplările pe care le vom avea în minte nu mai seamănă nici cu cele din carte, cele descrise de autor, nici cu cele din mintea noastră. Actorii care interpretează rolurile respective îşi impun propria lor personalitate – chip, mimică, gesturi – personajului interpretat. În cazul acesta, imaginaţia noastră nu mai este liberă să construiască simbolic, adâncind nişte înţelesuri sau proiectând nişte lucruri în minte pentru a zămisli chipurile narate. Ea nu face decât să primească, să proiecteze imaginile TV pe ecranul minţii şi să le ia ca pe un dat. Forţa acestor imagini este atât de mare, încât, observă J. Mander, aproape toţi oamenii care au văzut un film după citirea unei cărţi uită imaginile construite în

minte, în urma lecturii, substituindu-le cu cele din film.

Pentru cei care au văzut ecranizarea cărţii *Pe aripile vântului*, după ce au citit mai întâi cartea, atunci când vor vrea să evoce pe Rhet Butler sau Scarlet O'Hara (personajele principale ale cărţii), nu o vor putea face fără a avea în faţă chipurile actorilor Clark Gable respectiv Vivian Leight, cei care au interpretat rolurile principale în film. Pe Moise, marele profet al Vechiului Testament, cei care au văzut filmul *Moise* vor avea posibilitatea să şi-l imagineze în chipul lui Charles Heston, actorul principal al acestui film, iar românii care au vizionat filmul *Pintea*, vrând-nevrând, vor avea în vedere chipul actorului Florin Piersic atunci când vor vrea să-şi aducă în minte imaginea haiducului maramureşean. Un cunoscut povestea că, o bună perioadă după ce a vizionat filmul *Iisus din Nazaret*, de câte ori se ruga îi venea în minte chipul actorului din acest film.

Acelaşi lucru se întâmplă şi cu faptele istorice. Dacă un american, observă J. Mander, vrea să-şi evoce perioada istorică a războiului dintre nordişti şi sudişti, atunci cu siguranţă va avea în minte imagini din filmul *Pe aripile vântului* sau alte câteva filme care narează întâmplări din această perioadă. Al Doilea Război Mondial, nazismul, lagărele de concentrare nu sunt cunoscute sau imaginate decât pornind de la imaginile din filme. În schimb, represiunea comunistă, lagărele acesteia, zecile de mii de morţi, torţionarii de la Piteşti etc. care nu au fost ecranizate, nu au un relief semnificativ în conştiinţa oamenilor de astăzi.

Forţa, concreteţea imaginilor este atât de mare, încât, aproape întotdeauna, ele vor substitui personajele cărţilor citite. Se pare însă că imaginile de pe micul ecran au puterea de a le substitui nu numai pe cele construite în minte în urma lecturilor, ci şi pe acelea ale experienţelor din viaţa noastră cotidiană.

J. Mander ne relatează un experiment pe care îl poate repeta oricare dintre noi. El cere mai multor persoane să-şi

aducă în minte imaginea unui meci de fotbal sau a altui sport iubit. Constatarea pe care o face este că, în majoritatea cazurilor, cei intervievaţi au mărturisit că prima imagine care le-a venit în minte a fost aceea a unui meci văzut pe micul ecran, chiar şi în cazul în care jucaseră fotbal sau frecventau adesea stadioanele.

De asemenea, atunci când oamenii poartă anumite discuţii legate de subiecte care sunt puternic mediatizate, dar care sunt cunoscute şi din viaţa cotidiană, imaginile sau exemplele pe care le au în minte în timpul conversaţiei sunt mai curând cele văzute la TV decât cele provenite din experienţa personală. Acest lucru se întâmplă chiar şi în cazul în care imaginile de la televizor provin din emisiuni de publicitate sau divertisment, sau din filme, aşadar, când se ştie că sunt construite artificial, că sunt ficţionale.

În *orice competiţie între o imagine generată intern şi una care este pregătită pentru tine şi transmisă prin mass-media cu imagini în mişcare, observă Mander, imaginea ta proprie este surclasată*.

Odată ce imaginile sunt în capul tău, mintea nu mai poate să facă distincţie între imaginea care a fost colectată direct şi cea primită prin intermediul televiziunii.

Prin mulţimea imaginilor furnizate de-a lungul anilor, televiziunea are capacitatea de a ne domina bagajul de imagini personale – formate prin cărţi şi prin imaginaţie – şi este, de asemenea, capabilă, cel puţin temporar, să genereze confuzie între ceea ce este experienţă reală şi ce este primit de la televizor. Mintea este foarte democratică în privinţa imaginilor disponibile, toate sunt egal valabile pentru reamintire şi utilizare. Aşa se întâmplă că, atunci când avem nevoie de o imagine, indiferent din ce motiv, este probabil să regăsim o imagine implantată şi să o luăm drept una personală. Rădăcina acestei nefericite situaţii stă în faptul că, până foarte recent, fiinţele umane nu au avut nevoie să facă distincţie între imaginile artificiale ale unor evenimente inaccesibile fizic şi imaginile reale ale evenimentelor la care au participat". (*Mander 1978*: *245*)

Oamenii se raportează la televizor, ca şi cum tot ceea ce ar vedea acolo ar fi real

„Sigur, poate obiecta cineva, un meci de fotbal văzut la televizor este real, la fel ştirile, un talk-show, însă un film artistic, oricât ar fi de bine realizat, este o ficţiune interpretată de nişte actori. Chiar şi un film istoric sau altul care se inspiră dintr-un fapt real tot ficţiune rămâne. La fel, publicitatea este în mod definitoriu ireală. Chiar dacă apar oameni adevăraţi, situaţiile create în actele publicitare sunt imaginate pentru a atrage omul către produsul respectiv" (*Mander* 1978: 253).

Este adevărată observaţia şi se poate afirma cu certitudine, în baza studiilor făcute, că mult mai mult ficţional există astăzi în programele TV decât fapt real şi, cu toate acestea, chiar dacă oamenii ştiu aceste lucruri, se comportă ca şi cum tot ceea ce ar vedea la televizor ar fi real. Acest lucru este confirmat în toate studiile statistice privitoare la efectele pe care televiziunea le are în viaţa oamenilor.

În volumul al IV-lea din lucrarea *Televiziune şi comportament social*, lucrare pregătită de Institutul Naţional de Sănătate Mentală (NIMH) al Departamentului pentru Sănătate şi Educaţie din America, se demonstrează că „majoritatea adulţilor, procentual aproape la fel de mulţi ca şi copiii, învaţă de la televizor cum să trăiască şi cum să se descurce în viaţă – comportamentul în familie, relaţiile cu colegii, ierarhia valorilor, cum să se descurce cu copiii rebeli; cum să înţeleagă deviaţiile de la norma socială, din punct de vedere sexual, politic, social şi interpersonal. *Pe de-a întregul, conţinutul programelor dramatice şi al comediilor de situaţie prezentate la televizor este considerat ca valabil, util, instructiv şi, în cuvintele raportului, bun pentru viaţă* (...), *ca şi cum nu ar fi ficţiune. În rezolvarea problemelor familiale, oamenii recunosc că îşi amintesc cum a fost rezolvată problema într-o situaţie asemănătoare la televiziune. Deseori, din mai multe variante, aleg soluţia*

similară celei de la televizor" (*Mander 1978*: *255*).

În raportul NIMH citat de Mander se arată: „Cunoştinţele practice şi metodele de rezolvare a problemelor conduc lista de informaţii (cunoştinţe) declarate ca dobândite prin aceste programe. Mai mult, aceste programe dramatice sunt cel mai adesea văzute ca realiste. (...) Mulţi dintre telespectatorii care se uită la show-urile TV apreciază că acestea au o relevanţă directă pentru propria viaţă" (Mander 1978: 254).

De asemenea, dr. George Gerbner şi dr. Larry Gross, în urma studiilor efectuate, au descoperit că, deşi nimeni nu se îndoieşte de ficţiunea unei drame poliţiste, spre exemplu, telespectatorii au tendinţa să „o creadă" sau cel puţin „să câştige impresii puternice care conduc la convingeri".

Cercetările întreprinse de cei doi profesori ai Universităţii din Anenberg au demonstrat că, proporţional cu timpul alocat vizionării TV, „viziunea telespectatorilor asupra lumii se potriveşte cu cea de la televizor" (*Mander* 1978: 255) sau că în reprezentarea lumii reale imaginile formate în urma experienţei cotidiene erau într-o mare măsură amestecate cu cele primite de la televizor.

„Imaginaţi-vă un eremit, sugerează Gerbner şi Gross, care trăieşte într-o peşteră conectat la lumea exterioară prin televizor. Cunoştinţele sale despre lume ar fi construite exclusiv din imaginile şi faptele pe care le-ar putea culege din evenimentele, persoanele, obiectele şi locurile fictive ce apar în emisiunile TV. Aşteptările şi judecăţile sale în legătură cu obiceiurile lumii ar urma convenţiile programelor TV, cu intrigile şi rezultatele lor predictive. Concepţiile lui despre natura umană ar fi formate de psihologia superficială a personajelor micului ecran" (*Psychology today* IV 1975).

Peştera lui Gerbner este de fapt societatea modernă, lumea în care comunicarea interpersonală a sărăcit extrem de mult, unde oamenii se izolează de semenii lor – fiecare cu casa lui, cu maşina lui, cu interesele personale – unde

vecinii nu se mai cunosc sau nu mai au nimic să-şi spună, unde practic nu mai există mici comunităţi care să aibă o viaţă proprie sau propriile evenimente. Într-o astfel de realitate, înconjuraţi de asfalt, beton, plastic şi metal, ecranul televizorului devine pentru cei mai mulţi oameni, mai cu seamă pentru copii, bolnavi sau bătrâni, fereastra către lume, sursa principală a imaginilor, a modelelor, a trăirilor emoţionale şi a judecăţilor de valoare. Care poate fi, prin urmare, semnificaţia faptului că imaginile şi „realităţile" lumii TV le-au substituit pe cele ale lumii reale? McLuhan ne îndeamnă să căutăm răspunsul la această întrebare în transformările petrecute în mentalităţile, comportamentul şi modul de viaţă al oamenilor de la apariţia televiziunii şi până astăzi (*McLuhan* 1997: 268).

Vizionarea TV ca stare alterată de conştiinţă

Ecranul televizorului, spune McLuhan, revarsă în tine o energie care paralizează ochiul; nu tu te uiţi la el, ci el se uită la tine. (…) În *cazul televiziunii, tu eşti ecranul. Tu eşti punctul de fugă ca în pictura orientală. Imaginea pătrunde în tine. În cazul televizorului, intri în tine însuţi.*

Marshal McLuhan 1997

Puţini dintre noi problematizează sau conştientizează tipul de experienţă pe care-l presupune actul vizionării în general (TV şi computer). Acest lucru se întâmpla la apariţia cinematografiei sau televiziunii. Atunci oamenii, şocaţi sau fascinaţi de noua creaţie a minţii umane, se întrebau dacă ceea ce văd în faţa ochilor pe suprafaţa ecranului este aievea sau doar închipuire, dacă sunt oameni reali, întâmplări adevărate sau doar o lucrare drăcească. Cu timpul, pentru generaţiile crescute cu televizorul, aceste nedumeriri au dispărut, apărând un fel de obişnuinţă, prin integrarea acestei experienţe în rândul celor cotidiene, alături de altele asemenea, care au fost pricinuite de ultimele descoperiri tehnologice (avion, calculator telefon mobil, etc.).

Aceasta nu înseamnă că fascinaţia pe care o provoca

televizorul ar fi dispărut, ci se pare că oamenii s-au învăţat a privi la lumea micului ecran, ca şi cum ar fi reală, cu singura diferenţă că pe aceasta o vedem prin intermediul tehnologiei. Ecranul TV devine o fereastră, prin care putem percepe şi cunoaşte ce se întâmplă pe stradă, în oraşul, în ţara în care trăim sau în întreaga lume. Astfel, prin sugestie sau convenţie mentală ajunsă la automatism, imaginile de la televizor, proiectate prin vedere pe ecranul minţii, sunt asimilate acelora pe care le produce de obicei experienţa directă, nemijlocită de televizor a acelor realităţi vizionate. Ca şi cum am fi martorii acelor evenimente.

Cu toate că aceasta este astăzi impresia generală a majorităţii oamenilor, cercetările din ultimii ani demonstrează cu totul altceva: Când ne uităm la televizor, mintea noastră nu funcţionează la fel ca atunci când vedem sau întâlnim noi înşine acele lucruri sau întâmplări în viaţa noastră cotidiană, când le experiem fără mijlocirea ecranului. Nici activitatea corticală şi nici cea psihică nu sunt compatibile cu cele parcurse în faţa televizorului.

Concluzia la care ajung cercetătorii fenomenului televizual este aceea că experienţa vizionării programelor TV este complet diferită de cea pe care oamenii au avut-o de-a lungul veacurilor în perceperea realităţii. Prin caracteristicile ei cele mai generale, această experienţă poate fi uşor integrată în categoria experienţelor imaginarului, în familia stărilor alterate de conştiinţă (SAC) – visul, hipnoza, stările generate în unele practici orientale, în halucinaţiile provocate de drog sau de bolile psihice.

Şi totuşi, s-ar putea obiecta: nu se poate spune că visăm atunci când, alături de zeci sau sute de milioane de oameni, urmărim un meci, fapt care se petrece undeva în lumea aceasta, şi nu doar în mintea noastră! Nu se poate spune că halucinăm când privim imaginile proiectate pe ecranul televizorului, un aparat aflat în camera noastră, prin care se receptează şi se decodează undele

electromagnetice transmise de la sute sau mii de kilometri distanţă.

Nu la acest lucru ne-am referit introducând vizionarea TV între stările alterate de conştiinţă. Filmarea unor realităţi, transmiterea la distanţă a unor evenimente, receptarea şi redarea lor pe micul ecran sunt fenomene obiective care nu au în ele nimic subiectiv sau halucinatoriu. Chestiunea nu este aceasta şi nici măcar faptul că noi nu am fi în stare să discernem între o ficţiune şi un fapt real, în momentul în care ne uităm la televizor.

Problema se pune atunci când vrem să analizăm modul în care mintea noastră percepe imaginile de la televizor. Această receptare a lumii TV nu presupune o activitate corticală şi psihică normală, de genul acelora pe care le parcurgem în stare de veghe (în timpul unei zile, să spunem), ci, mai curând, induce nişte stări asemănătoare celor care apar în stările alterate de conştiinţă, amintite anterior.

Cauza fundamentală a acestui efect o constituie însăşi natura artificială, nefirească, a comunicării prin televizor, comunicare pe care creierul nostru nu este pregătit să o recepteze, să o discearnă sau să o menţină sub controlul raţiunii. Vedem la televizor o pădure, străzile unui oraş, oameni şi totuşi nu este decât o plăsmuire, imagini care dispar dacă se sparge ecranul. Vedem nişte imagini în mişcare, însă nu visăm, ci ne uităm la televizor. Creierul uman se pare că nu este dotat cu un mecanism neurologic capabil să distingă automat imaginile plăsmuite de cele reale. El primeşte şi interpretează imaginile TV, prin convenţie şi obişnuinţă, întocmai ca pe nişte realităţi, dar, în acelaşi timp, le receptează într-un mod identic cu cele percepute în vis sau în stările halucinatorii.

În cele ce urmează, vom analiza mai îndeaproape natura comunicării televizuale, apelând atât la cercetările din domeniul neuropsihologiei şi a ştiinţelor comunicării, cât şi pe cele ce vizează antropologia imaginarului.

1. „Comunicarea televizuală, afirmă J. Thompson,

creează ceea ce putem numi decuplare spaţio-temporală discontinuă”. (*Thompson* 2000: 91)

Cu alte cuvinte, cele văzute la televizor nu se petrec în acelaşi spaţiu şi timp cu cele în care trăim noi: „Indivizii care se uită la televizor, observă Thompson, trebuie să-şi suspende cadrele spaţio-temporale ale vieţii lor de fiecare zi şi să se orienteze spre un set diferit de coordonate spaţio-temporale; ei devin astfel călători spaţio-temporali” (*Thompson* 2000: 91).

În orice experienţă vizuală pe care omul a avut-o în mod conştient de-a lungul istoriei, realitatea cu care era confruntat se afla undeva, în faţa ochilor, mai aproape sau mai departe, astfel încât putea să fie percepută vizual, auditiv şi, eventual, chiar prin miros şi pipăit. Faptele petrecute sau lucrurile văzute nu numai că se aflau într-o vecinătate a noastră, dar ele aveau loc simultan cu procesul observării noastre. Vedem ceea ce se întâmplă numai dacă suntem martorii întâmplării respective. Nu s-a pomenit vreodată până în epoca tehnologiei audio-video să poţi vedea cu ochii trupeşti ceva ce s-a petrecut cu săptămâni sau luni în urmă, sau ceva aflat la sute şi mii de kilometri distanţă. Prin intermediul televizorului însă, putem vedea nu numai lucruri care s-au petrecut în alt spaţiu şi timp decât cele în care trăim noi, dar şi fapte care sunt create şi se petrec numai ca să fie filmate şi transmise la televizor. Adică, nu sunt văzute pentru că există, ci există sau se plăsmuiesc pentru a fi văzute.

Aşadar, lumea de la televizor nu ne înconjoară, nu există în vecinătatea noastră, precum lumea oricărei experienţe cotidiene, ci doar ne proiectăm mental, prin vedere şi imaginaţie, în interiorul ei. Acest fenomen este întâlnit şi în starea de vis sau în halucinaţie. Şi în aceste stări ne proiectăm doar mental, prin imaginaţie, în coordonatele spaţio-temporale ale întâmplărilor visate. Vedem lumea din vis în faţa ochilor minţii şi ni se pare că se află în faţa noastră acum şi aici, că o experiem în modul cel mai real cu putinţă. La fel ca şi la televizor însă, nu

este vorba decât de o iluzie, de amăgirea pe care o produce sugestia hipnotică indusă de imaginea în mişcare. *Fenomenul decuplării spaţio-temporale este o caracteristică fundamentală a tuturor experienţelor imaginarului* (*Durând 2000*: *405 – 410*).

2. Lumea micului ecran nu are concreteţea, perspectiva, tridimensionalitatea spaţiului real, a lumii care ne înconjoară. Când ne uităm la televizor, nu putem adânci planul observării într-o perspectivă mai îndepărtată sau mai apropiată şi nici nu putem observa întregul spaţiu pe care-l presupune realitatea filmată.

Într-o experienţă firească, oamenii participă cu toate simţurile şi cu tot corpul. Rotim capul, ne aplecăm, mişcăm ochii, focalizăm privirea, auzim, mirosim, într-un cuvânt, suntem integraţi cu toată fiinţa, prin toate simţurile în mediul pe care-l percepem. În faţa televizorului însă, privirea este fixă şi lipită de ecran, corpul se află într-o stare de imobilitate, ca şi în starea de hipnoză (*Mander* 1978: 166). Suntem decuplaţi senzorial, deschişi doar pentru experienţa pe care mintea o primeşte prin intermediul vederii şi auzului, simţuri conectate, cablate la sursa TV; sursa unei lumi bidimensionale în care telespectatorul navighează imaginativ.

Singurele experienţe unde nu contează orientarea şi poziţionarea fizică în percepţia vizuală, ci doar reprezentarea mentală sunt cele imaginare. „În caz de delir, de vis sau de psihoză, observă Sartre, elementul topografic şi perspectiv e cel suprimat şi înlocuit cu o omogenitate nelimitată, fără profunzime şi fără legi, fără planuri succesive, conform celei de-a treia dimensiuni (adâncimea)” (*Sechehaye*: 1950: 97).

Spaţiul imaginar este unul reprezentativ, şi nu perceptiv. Ni-l putem doar reprezenta prin intermediul imaginaţiei, căci nu-l putem percepe în mod real, neavând consistenţă fizică. „*Spaţiul reprezentativ*, demonstrează Piaget, apare odată cu funcţia simbolică. Acest spaţiu este legat de acţiune, deoarece reprezentarea spaţială e o

acţiune interiorizată" (*Durând*: *2000*: *406*). Cu alte cuvinte, numai participând la acţiunea respectivă, interiorizând-o, vom putea să parcurgem, să străbatem iniţiatic spaţiul în cauză. Acestea sunt legile percepţiei spaţiale a imaginarului, care se aplică şi în cazul televizionării.

Este cel puţin stranie mărturia făcută de schizofrenicii ce participau la experienţele efectuate de Tausk, la începutul secolului al XX-lea (înainte de apariţia televiziunii), care susţineau că li s-a implantat în creier un ecran bidimensional foarte asemănător televizorului de astăzi, pe care era proiectată o altă realitate şi de unde li se dicta ce trebuie să facă.

3. Legat de punctul anterior, trebuie să subliniem faptul că decuplarea senzorială pe care o trăieşte orice telespectator de-a lungul vizionării poate constitui din punct de vedere neurologic un important factor favorizam al pătrunderii într-o stare halucinatorie. Studiile desfăşurate de soţii Emery au demonstrat următorul lucru: „creşterea emisiei undelor alfa, pe parcursul vizionării TV, constituie o dereglare a legăturii dintre persoană şi mediu în sensul că vigilenţa este neglijată" (Zingrone: 2000).

De asemenea, cei doi neuropsihologi, comparând traseele electroencefalografice ale telespectatorilor aflaţi în timpul vizionării cu cele ale unor persoane cu privare senzorială îndelungată, au găsit că „o persoană care priveşte la televizor pentru câteva minute este în mod serios afectată, la fel de mult ca una supusă privării senzoriale pe o durată de 96 de ore (4 zile)" (*Large* 1997: 46). Cu alte cuvinte, după numai câteva minute de vizionare, activitatea corticală devine asemănătoare cu a unei persoane private senzorial timp de 4 zile. Starea de natură hipnotică în care este introdus telespectatorul pe parcursul vizionării explică apariţia acestei semnificative decuplări senzoriale (*Emery* & *Emery*: 1975).

Care este legătura dintre privarea senzorială şi intrarea într-o stare alterată de conştiinţă? Din cele mai vechi timpuri se ştie că izolarea în condiţii de lipsă a

stimulilor senzoriali este un factor de favorizare al stărilor halucinatorii. Se cunoaşte, de exemplu, că devine foarte probabilă apariţia nălucirilor sau a viziunilor pentru oamenii care se retrag în singurătatea unei peşteri, lipsiţi parţial de lumină, de zgomot şi de o activitate practică. Se pare că mintea, lipsită de suportul unei implicări senzoriale, poate fi furată mult mai uşor în lumea halucinatoriului. În timp ce anahoreţii creştini se luptă să-şi păstreze luciditatea, să alunge nălucirile, fie prin întreţinerea unei activităţi fizice, fie prin metode duhovniceşti, şamanii, dimpotrivă, caută pătrunderea în aceste stări halucinatorii pentru a intra în contact cu duhurile.

Fenomenul a fost demonstrat şi în epoca modernă, în contextul experienţelor desfăşurate cu voluntari care se pregăteau pentru zboruri spaţiale. „Experimentul, arată Large, presupunea plutirea fără mişcare în apă la temperatura corpului uman, în tăcere totală, cu îmbrăcăminte care nu lăsa să treacă nicio lumină, cu mănuşi care reduc simţul tactil. Iniţial, mulţi voluntari au adormit. La trezire, unii au avut halucinaţii, fantezii, vise şi impresii distorsionate despre corpurile lor, ca, de exemplu, că braţele sau picioarele lor au crescut şi s-au desprins de corp”. (*Large*: 2000)

Concluzia la care ajung cercetătorii este că experienţa senzorială este esenţială în susţinerea procesului de gândire, a controlului lucid al acţiunilor şi stărilor afective, în menţinerea unui simţ al identităţii şi pentru menţinerea echilibrului mintal.

Prin urmare, la integrarea imaginilor TV într-un regim perceptiv de tip halucinatoriu, un rol esenţial îl joacă intensa privare senzorială ce apare pe parcursul vizionării.

4. Deşi atunci când ne uităm la televizor avem impresia că vedem lucrurile aşa cum sunt, de fapt, nici lumina, nici culorile, nici sunetul sau distanţele nu sunt aceleaşi cu cele din realitate.

a) *Precum în vis, imaginile de la televizor sunt aprinse, strălucesc în propria lumină, ca şi cum lumina în care le vedem le-ar proiecta direct în mintea noastră. „Ecranul televizorului, observă McLuhan, revarsă în tine o energie care paralizează ochiul. Nu tu te uiţi la el ci el se uită la tine”*. (*McLuhan*: *1997*: *284*)

În mod obişnuit, vedem lucrurile care ne înconjoară în măsura în care asupra acestora se răsfrânge lumina soarelui sau a altei surse de lumină, cum ar fi lampa sau becul. Este firesc să nu putem vedea nimic din cele ce ne înconjoară dacă este noapte, iar locul în care ne aflăm nu este luminat. Nu acelaşi lucru se întâmplă în faţa televizorului. Imaginile TV sunt cu atât mai clare cu cât lumina exterioară este mai slabă şi, invers, atunci când lumina solară este foarte puternică aceste imagini se estompează până la a nu mai putea fi distinse.

Lumina în care vedem imaginile pe suprafaţa ecranului nu e produsă prin reflexia unei lumini exterioare, ci este chiar lumina care se naşte odată cu imaginea, prin fenomenul fotoelectric, în momentul în care electronii lovesc suprafaţa interioară a ecranului. Prin urmare, *imaginile lucrurilor văzute la televizor nu există înaintea luminii, ele fiind în esenţă doar o plăsmuire de lumină*.

Când ne uităm la televizor este ca şi cum ne-am uita într-o sursă de lumină – în soare, în foc sau în bec. De aceea, lumina ecranului este mai puternică decât a lucrurilor care înconjoară televizorul, părând cumva aprinsă în raport cu realitatea înconjurătoare.

Faptul că imaginile TV au faţă de realitate o lumină proprie, lucru explicabil, căci lucrurile pe care le reprezintă nu există de fapt în faţa ochilor noştri, ca să reflecte lumina, ci sunt doar o plăsmuire, constituie încă un motiv important pentru a introduce vizionarea TV în clasa stărilor alterate de conştiinţă. În cele mai multe din aceste stări, imaginile au o lumină proprie, căci, percepute fiind cu ochii minţii, ele nu pot fi văzute în lumina reflectată, ci numai în strălucirea propriei lumini, aceea în

care se plăsmuiesc. Această caracteristică face ca aceste imagini, dar şi surse de lumină totodată, să aibă o intensitate mai mare în impresionarea ecranului minţii decât imaginile realităţii. Acestea din urmă apar puţin mai cenuşii, mai şterse faţă de cele ale SAC, deoarece ele nu-şi sunt ele însele sursa de lumină, ci o primesc din altă parte, şi doar o reflectă.

Studii recente dovedesc că într-un fel percepe creierul uman lucrurile văzute în lumina reflectată şi altfel pe cele percepute în propria lumină. „Percepţia neuro-psihologică a luminii emise este procesată de emisfera dreaptă a creierului, în contextul unei activităţi electrice de tip alfa şi teta", afirmă Leonard Shlain (*Shlain* 1999). Cu alte cuvinte, imaginile văzute în propria lumină conduc la o diminuare a frecvenţei undelor cerebrale, condiţionând o percepţie holistică, emoţională şi imagistică, a realităţii transmise.

b) Tot aşa cum lumina este artificială, la fel şi culorile sau sunetele experimentate în faţa televizorului nu le respectă pe cele reale. Coloana sonoră, spre exemplu, este prelucrată în studio, glasurile sau sunetele sunt aşezate întotdeauna pe un zgomot de fond, ele nefiind cele pe care le auzim în realitate.

Cu toate că aceste lucruri sunt cunoscute oricărui telespectator, le enunţăm aici pentru a sublinia nu numai faptul că lumea de pe micul ecran este diferită de cea adevărată (doar întrucâtva asemănătoare), ci mai cu seamă ideea că în reproducerea realităţii nu contează atât fidelitatea copierii prototipului, ci mai mult sugestia, impactul sau crearea iluziei că toate cele văzute sunt reale. De fapt, televizorul apelează la capacitatea imaginaţiei de a recunoaşte, prin asemănare, cele văzute la televizor cu cele reale, de a le completa imaginativ şi valida ca autentice.

Această construcţie artificială a lumii TV – lumină, culoare, sunet, mişcare rapidă a cadrelor, dramatism – are cel mai adesea forţa de a impresiona mai puternic mintea

decât se întâmplă în realitate. Apare aşa-zisa hiper-realitate, senzaţia că toate cele văzute sunt nu numai reale, ci chiar mai veridice decât realitatea (*Durând 2000*: *398*). Acelaşi lucru îl trăieşte omul şi în vis sau, mai ales, în halucinaţiile produse, spre exemplu, de drogurile psihedelice, unde viziunile, prin violenţa luminii, a culorilor şi chiar a sunetului, prin dramatism, au o forţă de impact asupra minţii mult mai mare decât cele ce aparţin lumii reale.

5. În orice experienţă obişnuită, realitatea observată este continuă şi relativ stabilă. Nu este în firea lucrurilor ca obiectele din faţa noastră să dispară, ca să fie instantaneu înlocuite cu altele. Chiar dacă ne mutăm privirea în altă parte, ceea ce am văzut mai înainte nu dispare brusc, ci se îndepărtează mai încet sau mai repede de câmpul nostru vizual. Lucrurile sunt relativ stabile; dinamica firească a evoluţiei lor, mişcările oamenilor, procesele naturale şi chiar cele tehnice dintre cele mai rapide – avioane, trenuri – nu este atât de mare încât să scape de sub controlul observaţiei. Ceea ce există în natură devine sau se mişcă până dispare din faţa ochilor noştri.

La televizor însă, succesiunea cadrelor, a imaginilor nu este cea naturală. Imagini din alte părţi ale pământului apar şi dispar din faţa ochilor noştri cu viteza luminii. Nimic nu este continuu şi stabil precum este realitatea. Orice emisiune presupune zeci sau sute de tăieturi de plan – cadre – unite după logica operatorului sau a regizorului de imagine. Dacă ne-am concentra puţin asupra ecranului, astupându-ne urechile pentru a înlesni analiza, am putea număra câte tăieturi sau schimbări de plan – aşa-zise evenimente tehnice – au loc în numai câteva minute.

Dacă în realitate o astfel de dinamică nu poate fi întâlnită, în starea halucinatorie, în vis sau în hipnoză, acesta este modul natural de vizionare a imaginilor. Ca şi la televizor, imaginile lucrurilor observate în vis se schimbă cu rapiditate. Pot apărea unghiuri diferite de

vedere sau brusc pot interveni alte imagini în faţa ochilor minţii. Diferenţa între modul de derulare a filmului TV şi a celui din stările alterate de conştiinţă este doar faptul că, în primul caz, logica tăieturilor, a compunerii secvenţelor şi planurilor aparţine regizorului de montaj sau exigenţelor pe care le presupune tehnica video, pe când în celălalt caz este vorba de o logică sau ordine necunoscută, dictată de subconştient.

6. O altă caracteristică a efectului imaginilor TV asupra minţii este temperarea gândirii, a puterii minţii de a analiza, urmări şi reflecta în mod logic întâmplările de pe micul ecran.

Când privim la televizor avem tendinţa de a accepta ca adevărate fapte sau întâmplări pe care, dacă le-am observa în viaţa de zi cu zi, le-am socoti ilogice sau stupide. Aşa cum demonstrează Esslin, spiritul critic în faţa micului ecran este redus, telespectatorul având mult mai repede ca în realitate tendinţa de a se încrede în ceea ce vede la televizor (*Esslin* 1982: 131).

Interesant de observat este faptul că, adesea, şi în stările alterate de conştiinţă se păstrează o anumită luciditate privind desfăşurarea filmului imaginar. Pe cei morţi îi vedem în vis din nou vii şi ne mirăm puţin, dar acceptăm în general situaţia, uneori noi înşine plutim în aer sau avem puteri deosebite, orice devine posibil. Cu toate că există această minimă luciditate, această uimire că lucrurile nu se desfăşoară în acea stare alterată de conştiinţă aşa precum ştiam noi că este logic şi normal, aproape întotdeauna acceptăm situaţia ca dată, absorbiţi sau intens implicaţi emoţional în contextul acţiunii filmului desfăşurat în vis.

Naraţiunile imaginare sunt acceptate de om, în pofida defecţiunilor de logică, ca nişte daturi ce ne transcend puterea de înţelegere a minţii şi care se justifică prin însăşi existenţa lor ca imagini văzute. Un argument, de asemenea important, este şi forţa extraordinară cu care aceste imagini impresionează mintea. Nu poate să nu fie

adevărată, se insinuează gândul, o realitate atât de concretă, de prezentă în mintea şi în simţurile noastre, care produce sentimente atât de vii şi de puternice. Acesta este un raţionament automat, un reflex perceptiv pe care-l urmăreşte mintea în receptarea experienţelor vizuale avute în starea de vis, halucinaţii, hipnoză etc. Şi în mod identic în actul vizionării TV.

Orice judecată întârzie gândirea, ceea ce imaginile în mişcare nu permit. Ele nu îngăduie un control raţional al percepţiei. În însăşi implicarea emoţională, în trăirea acţiunii, a contextului situaţional este concentrată şi ni se transmite şi înţelegerea – mai mult intuitivă decât logică – a acţiunii[6]

7. Una din principalele caracteristici ale imaginilor TV, asemenea visului şi hipnozei, este forţa extraordinară pe care acestea o manifestă în captivarea atenţiei, în înlănţuirea minţii în urmărirea lor. Suntem acolo înăuntrul lumii imaginilor proiectate pe ecranul minţii în vizionarea TV ca şi în viziunile halucinatorii, iar fascinaţia aceasta este însoţită de o uşoară stare de plăcere, dar şi de o intensă stare de excitabilitate mentală, caracteristici ale stărilor alterate de conştiinţă.

Cui se datorează această forţă aproape hipnotică a televiziunii s-a arătat în primul volum al cărţii; aici am adăuga doar faptul că, asemenea visului, tot ce se întâmplă pe micul ecran are un caracter extraordinar de tip mitic. Faptele sunt văzute ca exemplare, extraordinare pe fundalul cenuşiu, şters al experienţei cotidiene. Acest fenomen este cel mai uşor de sesizat în actul dramatic, care, de altfel, caracterizează majoritatea transmisiunilor

6 Imaginea, dimpotrivă, zămislește excesiv pe toate direcțiile un luxuriant roi de imagini. Asupra gândirii care raționează, ca și asupra gândirii care percepe, mai apare încă mersul laborios al existenței, în vreme ce gândirea care imaginează e conștientă de faptul că este plină dintr-odată și smulsă înlănțuirii trupului. Nu atât sentimentul realului e cel care se estompează, cât mai degrabă conștiința succesională a eu-lui, care nu mai controlează, adică nu mai înlănțuie percepțiile într-un continuu temporal. (Durând 2000 398).

TV (*Berger*: 1997: 35). Realitatea cotidiană faţă de cea a televiziunii poate părea monotonă, banală, în timp ce televiziunea poartă această emblemă a extraordinarului şi miraculosului, ca şi cum cineva ne revelează în chip profetic un aspect fundamental al existenţei sau ca şi cum ni s-ar deschide o fereastră către lumea de dincolo, lumea esenţelor sau a speranţelor, a răspunsurilor, a plăcerii, a visului, a eliberării şi puterii demiurgice.

Este clar că experienţa vizionării TV, prin fascinaţia insolitului ei, se aseamănă mai mult cu aceea a lumii fantastice a visului decât cu aceea a realului. Realitatea înseamnă în mod obişnuit moderaţie, efort, echilibru sau lucruri şi fapte care nu induc o atât de puternică surescitare a minţii precum experienţele de mai sus. Ea nu violentează mintea, ci îl lasă pe om să vină în mod liber în întâmpinarea şi descoperirea ei. Ea devine însă foarte ternă şi obositoare pentru tot omul care se obişnuieşte cu comoditatea oferită de drogul evaziunii în imaginar.

8. Alături de caracterul extraordinar al faptelor de la televizor, trebuie adăugată puternica impresie emoţională pe care acestea o produc telespectatorilor. Dramaticul şi emoţionalul demonstrează Esslin, sunt caracteristici fundamentale ale televizionării şi poate nu întâmplător şi a celor mai multe din stările alterate de conştiinţă.

În faţa televizorului, ca şi în vis, experimentăm acel dramatism şi insolit de care ne desprindem cu greu, iar atunci când reuşim acest lucru rămânem cu sentimentul că „deşteptându-ne” sau revenind la realitate am pierdut ceva important, o altă dimensiune a existenţei poate. Totodată, imaginile şi stările trăite intens acolo ne pot urmări obsesiv o vreme. Aceste emoţii puternice, aceste intense stări afective mai rar le putem trăi în starea de veghe în viaţa noastră cotidiană.

9. La televizor, ca şi în experienţele stărilor alterate de conştiinţă, imaginile asaltează mintea, slăbesc raţiunea şi controlul volitiv. Telespectatorul pierde iniţiativa în reprezentarea şi analiza celor văzute. Torentul imaginilor

care inundă mintea preiau iniţiativa, controlul acesteia şi al stărilor afective. Omul nu poate reflecta asupra realităţilor văzute, fiind astfel forţat să urmărească încontinuu imaginile furnizate, să se alinieze raţionamentului implicit unei anumite succesiuni a imaginilor şi să se ataşeze empatic trăirilor sugerate. Experienţa mentală ne este practic organizată de altundeva. Imaginaţia nu mai este o putere controlabilă a minţii, un instrument în reprezentarea realităţii. Mintea, din subiect, devine ţintă. În cazul televizorului, rolul imaginaţiei îl preia ecranul care va proiecta în minţile noastre propriile imagini. În acest proces imaginaţia este captivată, excitată puternic într-o mişcare de absorbţie şi redare de imagini.

Astfel, aceasta pierde controlul raţional al procesului imaginativ, devenind doar un instrument în prelucrarea şi reproducerea fantasmelor în interiorul minţii. E ca şi cum altcineva s-ar aşeza la biroul de comandă al imaginaţiei noastre, al gândurilor şi trăirilor din minte. Această experienţă nu are nimic de a face cu aceea a lumii reale, cu experienţa cotidiană, care înseamnă o implicare personală în care iniţiativa ne aparţine, în care avem mai multă libertate, răgazul reflecţiei şi puterea de a ne controla trăirile, de a discerne.

În schimb, stările alterate de conştiinţă – vis, halucinaţii, stări hipnotice – presupun o pierdere a iniţiativei care este preluată de imaginile din minte. Ele vor fura mintea (prin fascinaţie sau prin captivarea hipnotică a atenţiei) şi o vor purta, împreună cu toate gândurile şi stările ei emoţionale, de-a lungul labirinturilor fantasticului, asemenea unui copil care, ademenit de promisiunile unui străin, uită pentru o clipă de părinţi, suficient pentru a se pierde într-o lume străină în care, de data aceasta, este atras de o forţă irezistibilă. Teamă, plăcere, fascinaţie, senzaţie a trăirii plenare sunt câteva din stările ce caracterizează toate aceste evaziuni în imaginar, stări care la revenirea în viaţa cotidiană vor fi

înlocuite de un gol mai mic sau mai mare care va rămâne ca o frustrare, o promisiune, o permanentă tensiune sau tentaţie a întoarcerii, a evadării în spaţiul fantasticului.

10. Wunenburger spune că omul trăieşte în două lumi. Lumea exterioară care ne înconjoară, în care ne mişcăm, pe care o vedem în faţa ochilor, o auzim sau percepem prin toate simţurile, şi lumea din minte unde este proiectată sau percepută cea exterioară şi unde se află toate gândurile, impresiile, izvoarele bucuriei sau ale suferinţei noastre (*Wunenburger*: 2004).

De lumea exterioară ne putem oricând despărţi sau detaşa mental pentru a reflecta asupra ei, a gândi şi desigur pentru a-i integra imaginea sau înţelesurile în orizontul de înţelegere al minţii, în patrimoniul acesteia. Chiar dacă nu suntem întotdeauna conştienţi de această detaşare şi reflecţie a celor văzute sau simţite, aceasta se produce în mod reflex ca un automatism al minţii perceptive.

Lumea interioară însă este lumea care, practic, înglobează conştiinţa noastră; de ea nu ne putem despărţi nicio clipă. Este locul în care se desfăşoară, de fapt, viaţa psihică a omului.

Fenomenul pe care-l face posibil vizionarea TV este dispariţia zidului despărţitor între cele două realităţi. Lumea la care se conectează telespectatorul de-a lungul vizionării nu mai este niciuna exterioară minţii, obiectivă, şi niciuna interioară, care să ţină de realitatea subiectivă de conştiinţă a persoanei umane.

Cauza acestui fenomen? în ciuda faptului că vedem pe micul ecran imaginile unei alte lumi decât cea interioară minţii, o lume care apare ca obiectivă, din cauza vitezei cu care imaginile sunt proiectate pe ecranul minţii, a neputinţei noastre de a controla această desfăşurare, devine imposibilă distanţarea, detaşarea de cele văzute pentru a le mai putea cugeta sau integra în mod raţional sau conştient în structurile de înţelegere ale minţii noastre. Detaşarea nu este posibilă nici pentru câteva

fracţiuni de secundă deoarece permanent simţul văzului este bombardat cu imagini. Nemaiexistând posibilitatea detaşării, atunci este clar că nu mai poate fi pusă problema experimentării unei lumi exterioare nouă, a unei realităţi obiective. Pe de altă parte, lumea micului ecran percepută în interiorul minţii este străină de gândurile, de stările personale de conştiinţă, cu toate că participarea empatică la aceasta este foarte intensă.

Un fenomen asemănător se întâlneşte şi în vis sau în stările halucinatorii. Deşi filmul pe care-l vizionăm în aceste stări este proiectat pe ecranul propriei imaginaţii, deci nu are un caracter obiectiv, scenariul acestuia pare străin de propria conştiinţă şi subiectivitate. Suntem surprinşi şi fascinaţi de ceea ce vedem şi ni se întâmplă ca şi cum am experimenta cu adevărat acea realitate în spaţiul lumii reale. Pe parcursul vizionării TV, ca şi în stările alterate de conştiinţă nu există posibilitatea distanţării, a detaşării de cele văzute, ci este vorba doar de o intensă implicare, mai cu seamă una de ordin emoţional, în desfăşurarea acţiunii filmului urmărit.

Aşadar, realitatea percepută prin actul vizionării nu are caracterul unei lumi obiective exterioare nouă, ci pe acela al unei lumi imaginare. Atât atunci când ne uităm la televizor, cât şi atunci când visăm, totul se petrece numai în interiorul minţii noastre, diferenţa care rămâne este doar aceea că în actul vizionării procesul imaginativ este controlat sau dirijat din exterior, pe când în stările alterate de conştiinţă acesta este dependent de starea psihică a persoanei respective sau de mişcările produse la nivelul conştientului şi inconştientului uman. Ţinând cont de toate acestea, putem înţelege mai bine adevărata natură a televiziunii, precum şi mecanismele care-i conferă o putere de sugestie şi de manipulare unică în istoria omenirii.

Concluzii

Televiziunea, ca tehnologie, creează o nouă realitate aflată între concretul sensibil şi imaginar, între real şi vis. Are un caracter obiectiv, deoarece toată lumea poate

urmări acelaşi eveniment, film sau program, pe micul ecran. Ţine de lumea reală pentru că tot ceea ce vedem la televizor este construit şi transmis printr-o tehnologie, prin nişte maşini care funcţionează pe baza unor fenomene fizice de natură electrică sau electromagnetică, iar imaginile reproduc cu destul de mare fidelitate lumea reală.

Pe de altă parte, toată lumea care se desfăşoară în faţa ochilor noştri, pe micul ecran, nu este una reală. Imaginile sau plăsmuirea de lumină ce le alcătuieşte dispar dacă se întrerupe curentul sau se sparge ecranul. De asemenea, aceste imagini acţionează asupra minţii noastre sau sunt percepute de aceasta în acelaşi regim cu imaginile percepute în stările alterate de conştiinţă (vis, halucinaţii etc.).

Caracterul hibrid al lumii televizuale – o lume aflată între vis şi realitate – este poate una dintre cele mai bune explicaţii a puterii de fascinaţie şi seducţie de care dispune televiziunea în manipularea conştiinţei umane.

Pentru că percepţia este de tip halucinatoriu, imaginea TV fascinează, captivează şi implică puternic într-o experienţă care are mai puţin un caracter raţional, cât unul afectiv, emoţional şi chiar simţual. Filmul minţii este mai puternic impresionat decât în cazul unei experienţe cotidiene, obişnuite. De asemenea, pentru că toate cele văzute la televizor sunt socotite realităţi obiective, primesc girul forului nostru de conştiinţă, putând astfel să treacă spre adâncul subconştientului, fără a fi scrupulos cenzurate.

Cu *mult mai grav decât manipularea este însă faptul că, prin vizionarea TV, oamenii îşi cultivă cu obstinenţă, fără să-şi dea seama, sensibilitatea pentru trăirea stărilor alterate de conştiinţă, pentru evaziunea în imaginar*. Această problemă va fi dezbătută mai amănunţit în capitolele următoare, în contextul în care situarea vizionării TV în clasa stărilor alterate de conştiinţă are consecinţe extrem de importante pentru viaţa psihică şi

religioasă a omului zilelor noastre.

A vedea înseamnă a crede

Impactul televiziunii este în întregime subconştient.
Marshall McLuhan 1972

V-aţi întrebat vreodată de ce suntem atât de puternic înclinaţi să credem în ceea ce vedem şi auzim la televizor? Să fie, oare, vorba despre *efectul de spirală*, consecinţă a înclinării naturale a omului de a adera la opinia publică, la ceea ce este deplin recunoscut de toată lumea? Sau, mai degrabă, se vădeşte aici nevoia omului de a se încrede în cineva, în ceva, tendinţa de a-şi pune destinul în mâna unei autorităţi, a unei instanţe care să-i ofere siguranţă?

Referindu-se la acest subiect, unii cercetători opinează că încrederea pe care televiziunea o trezeşte publicului este explicată de uriaşa forţă de sugestie pe care tehnologia audio-video o pune în mişcare. Dacă atunci când ne uităm la televizor undele cerebrale se încetinesc, ritmul alfa devenind predominant, mesajele televiziunii vor ajunge să penetreze cu atâta uşurinţă subconştientul telespectatorilor, insinuându-se ca veridice şi credibile.

Se ştie, de exemplu, că, proporţional cu prezenţa şi intensitatea undelor alfa în cortex, creşte sugestibilitatea, devenind posibilă schimbarea atitudinilor şi concepţiilor indivizilor. Cu acest ultim argument ne-am apropiat mult de definirea cadrului general care favorizează semnificativ credibilitatea lumii micului ecran. Cauza principală a acestui fenomen este însă alta.

Ca şi în cazul dramaticului, al efectului halucinatoriu şi al celui magic ce caracterizează televizualul, se pare că, în mod esenţial, forţa de persuasiune a televiziunii este cauzată tot de prezenţa imaginilor în mişcare, de prezenţa aşa-zisului efect de real. Televizorul dă telespectatorilor posibilitatea să vadă, şi, văzând, să creadă, căci în chip firesc omul are înclinarea de a se încrede în ceea ce vede cu propriii ochi. Însuşi faptul că un lucru este văzut, observă F. Brune, îl face să fie evident; de altfel, etimologic vorbind, cuvântul „evident” în limba latină vine de la „ceea

ce este vizibil”.

„Imaginea, spune Brune, beneficiază de o prejudecată constantă: transparenţa ei faţă de realitate. Iată produsul, incontestabil: i se impune vederii. I se impune cu toate «calităţile» sale, bănuite ca puse în evidenţă când, de fapt, sunt puse în scenă. Valorificarea obiectelor apare ca deja făcută în simpla afirmare a realităţii lor prin fotografia publicitară: a arăta înseamnă a demonstra. Desigur, se ştie că imaginea e lucrată, cadrată, trucată; dar, nu contează. Unghiuri de fotografiere, planuri, plonjeuri, contraplonjeuri, ecleraje, contraste, focalizări şi perspective – toate sunt cunoscute: nu e mai puţin adevărat că până şi la spectatorul avertizat se menţine un reflex de bază, acela de a da crezare celor văzute, de a se încrede în evidenţa primară a lucrurilor, «relevată» de imaginea acestora”. (*Brune* 1993: 148)

Prin exerciţiul vizual, prin retoricile justificative, prin efectele video şi sintaxa imaginilor, televiziunea nu numai că exploatează această sensibilitate sau tendinţă inconştientă a telespectatorului de a crede în ceea ce vede, ci o şi cultivă la maximum. Astfel, televizorul şi, în special, copilul şi părintele acestuia – publicitatea – „consolidează această încredere nemijlocită în imagine, încredere care determină adeziunea reflexă la lucruri. Regăsim aici principiul tautologiei: prin intermediul imaginii, ceea ce ni se arată este indiscutabil, sub motivul că nu se discută ceea ce este. Ordinea lucrurilor domneşte sub «lovitura» imaginilor frapante. Imediateţea, caracterul nemijlocit al sensibilului împiedică orice distanţare inteligibilă. Spiritul nu mai are decât a se supune puterii imaginilor, în fapt, putere a producătorilor lor” (*Brune* 1993: 149). „Întrebuinţarea imaginii în publicitate se bazează pe acest postulat ca să zăvorască în el spectatorul: nu numai că a vedea înseamnă a crede, dar, foarte repede, e credibil doar ce e văzut”. (*Brune* 1993: 149) Prin urmare, vizionarea TV îl determină sau îl condiţionează pe telespectator prin educarea subconştientului să se încreadă tot mai mult în

imagine, în ceea ce vede la televizor, chiar dacă acea lume intră uneori în conflict flagrant cu realitatea. *Am văzut la televizor*, a ajuns argumentul principal pe care, chiar dacă nu toţi îl formulăm explicit, îl avem ca justificare sau temei pentru multe din gândurile şi comportamentele noastre.

Ultimul aspect al încrederii pe care o inspiră televiziunea îl găsim dezvoltat în scrierile lui Martin Esslin. El afirmă că suspendarea neîncrederii (*disbelief*), a cenzorului raţional, privind veridicitatea unor fapte, este o condiţie pe care televiziunea o impune telespectatorului în trăirea empatică a dramei. Dramaticul, care guvernează lumea televizualului, impune suspendarea facultăţii critice pe perioada implicării şi participării, pentru a face posibil ataşamentul emoţional. Raţionamentul, gândirea sau îndoiala detaşează, de aceea ei sunt cei mai mari duşmani ai actului dramatic, ai implicării în scenariile lumii televizuale.

„Toată drama, spune M. Esslin, depinde de acea suspendare a îndoielii (lipsa de încredere), care ne va face pentru scurt timp să acceptăm personajele pe care le vedem pe scenă ca fiinţe umane reale, astfel încât noi să ne putem identifica cu ele spre a experimenta bucuriile şi durerile lor, întreaga gamă a emoţiilor acestora. Televiziunea prelungeşte suspendarea lipsei de încredere. (…) Am putea crede, pentru o durată de trei ore, că Hamlet este o persoană reală, iar apoi suntem lăsaţi să reflectăm asupra caracterului său cu detaşare şi înţelegere critică. Personajul din film ne însoţeşte aproape zilnic pentru o perioadă ce poate dura ani şi ne devine atât de familiar, încât reflecţia detaşată este inhibată sau dispare cu totul. Neîncrederea, (*disbelief*), poate astfel deveni suspendată permanent”. (*Esslin* 1982: 95)

Aşa cum remarca F. Brune, unul din principalele efecte ale televizionării este cultivarea permanentă a încrederii în imagine, în ceea ce vezi, eliminarea facultăţii critice şi urmarea cu tot mai multă docilitate şi încredere a sugestiilor micului ecran.

Magia televizionării sau despre tehnologizarea magiei

Realitatea virtuală ne-a deschis o fereastră magică spre alte lumi. La sfârşitul secolului XX realitatea a dispărut în spatele unui ecran. (…) Duhul a ieşit din sticlă şi, cum spunea Rheingold (Howard 1991), nu se mai poate întoarce vreodată înapoi.

Mihaela Constantinescu 2001

Şocul pe care televiziunea l-a produs la momentul apariţiei i-a determinat pe mulţi din cei care luau prima dată contactul cu ea să o socotească drept un fel de vrăjitorie. Anii au trecut, şi oamenii s-au obişnuit cu noua tehnologie. Cu toate acestea, cuvintele „magie" şi „vrajă" au rămas printre cele mai des folosite, atunci când telespectatorii îşi manifestă uimirea în faţa lumii fascinante a televizualului.

Începând cu anii '70, o seamă de cercetători ai fenomenului comunicării au descoperit că televiziunea nu poate fi gândită ca un mijloc de comunicare obişnuit. Cercetările au scos tot mai mult în evidenţă magnetismul sau misterioasa forţă cu care aceasta se insinuează în subconştientul telespectatorilor, modelându-le gândirea şi comportamentul. Faptul cel mai grav, se arată în diverse studii, este acela că prin ea se operează asupra conştiinţei umane anulându-se atât libertatea, cât şi discernământul telespectatorilor. Este vorba de un duşman care pătrunde pe furiş în casa minţii, leagă raţiunea şi dinăuntru şoptește sau comandă (după forţa legăturii magice) anumite comportamente sau atitudini (*Namer* 1976). Oamenii încep prin a viziona nişte inofensive emisiuni TV şi ajung ca în final să se transforme cu totul: gândesc şi se poartă altfel, crezând că dorinţele care îi animă sau acţiunile pe care le întreprind le exprimă propria voinţă, când, de fapt, ele sunt dirijate de altcineva.

Având în vedere această îngrijorare crescândă, acest avertisment al oamenilor de ştiinţă, dar şi al Bisericii, am găsit necesar să abordăm în această carte şi problema

efectului magic al televiziunii. Aceasta cu atât mai mult cu cât fenomenul în discuţie este legat direct de ceea ce cercetătorii postmoderni numesc era unui nou tip de conştiinţă şi a unui nou mod de a fi: ciberidentitatea sau ciberprezenţa.

În ciuda faptului că nu au existat perioade în istorie în care să nu fi fost folosite cuvintele „magie” şi „vrajă”, astăzi se poate sesiza cu uşurinţă o creştere semnificativă a ponderii pe care acestea o au în limbajul omului modern, creştere direct proporţională cu răspândirea practicilor magice. Sensul în care sunt întrebuinţate nu mai corespunde însă aceluia pe care îl aveau în trecut. În cultura modernă, secularizată sau scientizată, cuvintele „magie” şi „vrajă” sunt folosite mai mult în sens metaforic, pentru a desemna calitatea unei persoane sau a unei imagini, pentru a seduce sau pentru a fascina. Când foloseşte cuvântul „magie”, omul modern, mai cu seamă occidentalul, nu anunţă un pericol, nu înfricoşează, aşa cum se întâmpla mai demult, ci, dimpotrivă, stimulează curiozitatea, incită la experierea acelei realităţi care manifestă o atracţie misterioasă. Pentru acest om, lipsit prin secularizare de o cultură religioasă şi de credinţă, actul magic ajunge să fie cea mai facilă şi seducătoare experienţă „religioasă”.

Mergând cu câteva generaţii în urmă, observăm că fenomenul desemnat de cuvântul „vrajă”, era perceput într-un mod cu totul diferit. Magia era cunoscută ca un proces ce vizează influenţarea unor comportamente sau stări de lucruri prin intermediul unor operaţiuni legate de prezenţa sau lucrarea spiritelor sau a demonilor – puteri misterioase ascunse şi descătuşate de cuvinte, gesturi sau acte magice, prin care se poate controla viaţa oamenilor. Dar pentru a nu fi acuzaţi de subiectivism în tratarea acestui subiect, nu ne vom întemeia analiza care urmează pe părerea comună, profană, ci îi vom cita pe aşa-zişii specialişti, pe magicieni sau pe teoreticienii acestei „ştiinţe”.

Înainte de a trece mai departe, pentru a face o introducere în cazuistica pe care se fundamentează suspiciunea unei influenţe magice realizate prin intermediul imaginilor TV, vom reda două cazuri paradigmatice pentru această temă.

Puterea fantasmelor

Iată mărturisirea Joanei, o femeie în vârstă de 42 de ani, măritată şi cu trei copii, privind „fericirea" sau drama pe care idolul ei mediatic o face să trăiască:

„Când mă aflu în momentele cele mai intime împreună cu soţul meu, îmi imaginez că este Barry Manilow. Tot timpul. Şi apoi, după aceea, când îmi dau seama că soţul meu nu este Barry Manilow, îmi vine să plâng. În aceste momente este de obicei întuneric, şi atunci reuşesc să-mi ascund lacrimile. Li se întâmplă şi la foarte mulţi alţi oameni. Nu am realizat la cât de mulţi până nu am intrat în legătură cu fanii lui Barry. Mulţi dintre ei sunt căsătoriţi şi au aproximativ vârsta mea, se simt la fel şi fac acelaşi lucru. Este reconfortant să ştiu că nu sunt singura. Dar, cu toate acestea, uneori nu este uşor. Poate fi foarte, foarte tulburător. Pentru că uneori, pe lângă toate acestea, am un sentiment teribil de vinovăţie… Cred că este acelaşi gen de lucru pe care oamenii îl obţin din religie. Nu pot să explic acest fapt mai mult decât atât. Dar ei obţin în mod evident ceva de la Dumnezeu care îi ajută în vieţile lor. Şi Barry este – poate că nu ar trebui să o spun, dar asta e ceea ce simt – acelaşi gen de lucru. El mă ajută în viaţa mea. Dar nu este numai asta, pentru că sunt în acelaşi timp atrasă de el. Cu siguranţă, sunt atrasă de el. Este ceea ce aş numi o iubire neîmpărtăşită. În imaginaţia mea, el este iubitul meu.

Este prietenul meu atunci când sunt deprimată. Este acolo şi pare a sluji drept ceva de care am nevoie pentru a mă descurca în viaţă". (*Thompson* 2000: 212)

Ce legătură există între experienţa Joanei, a altor milioane de fani de pe tot cuprinsul globului şi vizionarea TV? Care sunt mecanismele psihologice pe care vederea la

distanţă le pune în mişcare pentru a se produce această adevărată vrăjire colectivă în urma căreia mulţimi de oameni ajung să idolatrizeze un personaj mediatic, mai mult o prezenţă fantomatică, ficţională decât un om real?

În urmă cu doi ani, un băiat de numai 13 ani şi-a înjunghiat surioara de 9 ani, influenţat de un film pe care-l văzuse la televizor. Băiatul, care locuia într-un bloc din Alexandria (judeţul Teleorman), era un copil cuminte, spun vecinii. „Nu făcea probleme şi nu era violent. Îşi iubea sora şi nu ieşea din cuvântul tatălui său. Defectul lui era o prea mare slăbiciune pentru filme. În timp ce alţi copii se jucau, el fugea să vadă HBO-ul" Prietenii băiatului spuneau că acesta prefera filmele de groază şi de aventuri, iar de la o vreme mergea noaptea prin casă cu ochii deschişi şi, întrebat fiind după aceea, el spunea că a visat.

Iată mărturia tatălui celor doi copii: „Tocmai o culcaserăm pe Mihaela după ce ne-am uitat la o comedie. Cristian se dusese la culcare mai devreme în sufragerie, acolo dormeau amândoi copii, fiind mai cald. Ne spusese: «Noapte bună!» şi mi s-a părut că este liniştit. Am apucat să dormim o jumătate de oră, după care am auzit urlete şi horcăieli. Când am vrut să aprind lumina, am văzut-o pe Mihaela în cadrul uşii. Mi-a căzut în braţe şi am simţit sângele cum îi curgea pe mâini. Era străpunsă în spate cu cuţitul de 7 ori. În timp ce Mihaela ţipa şi se chinuia să trăiască, Cristian a fugit. L-am găsit mai târziu în capul scărilor. Mi-a povestit că nu ştie nimic, doar că era în acea mantie neagră, cu mască pe faţă la fel ca într-un film".

Mai târziu, băiatul a povestit că s-a văzut mai întâi cum mergea într-o negură. Era îmbrăcat într-o mantie neagră şi avea o mască albă trasă pe faţă. A văzut-o pe sora sa şi cineva i-a spus că trebuie s-o omoare. A înfipt cuţitul în ea de 7 ori. Băiatul a spus că doar a visat că şi-a omorât sora. Filmul pe care-l văzuse cu câteva zile înainte era *Scream 3*, în care un maniac mascat omoară mai multe persoane.

Cum se poate ca un copil paşnic să se transforme

peste noapte într-un criminal? Se poate vorbi despre manifestarea unei adevărate puteri magice pe care ficţiunea TV o exercită în timp asupra minţii copiilor sau a oamenilor? Sau cazurile prezentate anterior sunt doar nişte fenomene izolate deloc relevante pentru efectele pe care televiziunea le are asupra minţii oamenilor? Acestea sunt doar câteva din întrebările la care ne vom strădui să răspundem în rândurile care urmează.

Ce este magia?

Tratatele de specialitate arată că principala caracteristică a magiei este aceea că nu operează prin constrângere exterioară, ci oarecum dinăuntrul minţii omului.

Prin mijloacele sale specifice, magia urmăreşte să-l determine pe om să-şi dorească, până la obsesie, să facă sau să obţină exact ceea ce procesul magic vrea de la el, chiar dacă acel lucru este împotriva intereselor sale. În esenţă, arată Culianu, „magia se adresează în primul rând imaginaţiei umane în care încearcă să suscite impresii persistente” (*Culianu* 1999: 20). Scopul ultim este să-i lege pe oameni, conştiinţele acestora, să determine anumite comportamente şi acţiuni, să-i influenţeze pe indivizi şi societatea umană.[7]

Atacul pe care îl dă magul are loc la nivelul imaginaţiei unde nu numai că se instaurează prin vrăjire imaginea unui lucru sau acţiuni – cele ţintite de mag – ce devine o prezenţă incitantă pentru subiect, dar unde se şi dezvoltă imaginar strategii posibile în vederea realizării acelui act.

Deşi imaginile joacă rolul principal în procesul de vrăjire, motorul care pune în mişcare imaginaţia, care determină făptuirea este dorinţa. De aceea imaginile nu sunt simple sau neutre, ci sunt legate de o dorinţă, aceea a cărei satisfacere este promisă, dacă sunt îndeplinite

7 După G. Bruno și M. Ficino, magicienii își aruncă plasele, urzelile și capcanele fantastice pentru prinde în ele indivizii, mințile celor înspre care este îndreptată acțiunea magică. (Culianu 1999: 128).

acţiunile sugerate sau poruncite de actul magic. Această satisfacţie este garantată sau pregustată în chiar trăirea plăcerii senzuale pe care aceleaşi imagini o induc în suflet. Spre exemplu, omul pătimaş este aproape tot timpul urmărit de obiectul pasiunii lui (băutura, banii, femeia sau bărbatul idolatrizat), chiar dacă el conştientizează sau nu acest lucru. Mintea lui este stăpânită în mare măsură de scenariile prin care ar putea obţine acel lucru sau de închipuirea plăcerii pe care i-o va aduce intrarea în posesia lui. Gândindu-se la bani, omul împătimit de aceştia gustă imaginar plăcerea pe care o va simţi atunci când îi va avea sau când îi va cheltui în anumite scopuri. Această pregustate, deşi satisface într-o anumită măsură dorinţa, nu face altceva decât să hrănească şi mai mult pofta dezvoltând-o.

Prin urmare, personajul central al acţiunii magice este acea imagine (zămislită în minte sau primită din afară) legată de o anumită dorinţă şi care-l leagă pe om, la nivel imaginar, de un anumit comportament. O asemenea imagine, marcată de o anumită intenţionalitate, (dorinţa pe care o incită), care are în mod potenţial capacitatea de a mişca mintea în direcţia sugerată de actul magic, este cunoscută în tratatele de magie sub numele de fantasmă, iar în scrierile ascetice ale Bisericii sub acela de nălucire, vedenie sau închipuire.

Aşadar, în principal, procesul magic constă în proiectarea unor fantasme în mintea subiectului, imagini care pot ataţa dorinţa într-atât, încât individul este condiţionat să urmeze, comportamentul dictat de actul magic. „Toate mijloacele de persuasiune pe care le desfăşoară magicianul sunt tot atâtea mijloace magice pentru legarea celuilalt” (*Culianu 1999*: *128*).

Poate fi identificată vizionarea TV cu un act magic?

Operează televiziunea la nivelul imaginaţiei umane, manipulând-o sau modelând-o după voia ei? Proiectează ea imagini în mintea oamenilor, în subconştientul oamenilor? Au aceste imagini puterea de a stârni dorinţe şi de a incita

la anumite comportamente?

Având în vedere obiectivele declarate ale magiei, schiţate în rândurile anterioare, oricare telespectator ar putea, în baza experienţei personale sau a intuiţiei, să răspundă la aceste întrebări. Dat fiind faptul că un asemenea răspuns poate fi bănuit de subiectivitate, vom aminti doar câteva dintre constatările oamenilor de ştiinţă legate de efectele televiziunii ce au fost prezentate, de altfel, în primul volum al acestei cărţi.

Televiziunea acţionează cu precădere la nivelul imaginaţiei, favorizând o percepţie imaginativă specifică stărilor alterate de conştiinţă – vis, delir, stări halucinatorii. Cunoscutul neuropsiholog american H. Krugman concluzionează că: „Televizorul are puterea unică de a modela imaginaţia umană” (McLuhan 1997: 358). Neuropsihologii Emery, de la Universitatea de Stat din Canbera, demonstrează că „informaţia primită de la televizor intră nefiltrată în memorie, nefiind disponibilă pentru analiza conştientă”, iar doctorul Peper afirmă: „Este probabil să reacţionăm la ea mai târziu, dar fără să ştim la ce reacţionăm de fapt. Când ne uităm la televizor ne antrenăm să nu reacţionăm şi aşa, mai târziu, facem lucruri fără să ştim de ce le facem şi de unde ne-au venit în minte” (*Mander* 1978: 210).

Ca mijlocul cel mai puternic de persuasiune apărut vreodată în istoria umanităţii, televizorul este folosit îndeosebi pentru crearea unor atitudini (politice, consumatoriste, sociale). De altfel, întreaga industrie a publicităţii are scopul de a condiţiona, de a crea anumite nevoi, de a-i influenţa pe telespectatori atât la nivelul conştientului, cât, mai cu seamă, la cel al subconştientului, să cumpere acele obiecte sau servicii care, în retorica televiziunii, promit confortul, plăcerea şi fericirea.

Având în vedere toate acestea, televiziunea ar putea fi socotită pe drept cuvânt un instrument magic ideal sau, după definiţia dată magiei de Giordano Bruno, „un instrument psihologic infailibil pentru manipularea

maselor şi a individului uman, (...) care-i îngăduie magicianului să-şi realizeze visul de Stăpân universal" (*Culianu* 1999: 129).

Vom încerca, în paginile următoare, să analizăm mai amănunţit modul în care televiziunea influenţează magic mintea omului modern, fără intenţia de a o stigmatiza, ci pentru a clarifica mecanismele pe care se bazează această magie a televizualului şi pentru a preveni asupra pericolului pe care aceasta îl reprezintă pentru viaţa întregii societăţi.

Iniţial, am refuzat să descriem etapele procesului magic pentru a nu înmulţi chiar noi răul făcându-i cunoscută lucrarea, însă am depăşit această rezervă gândindu-ne că oricum magia teoretică sau aplicată a ieşit deja din ascunzişurile caselor secrete, a cărţilor iniţiatice, devenind teorie sau practică socială, mecanism publicitar, divertisment sau chiar învăţătură recunoscută oficial şi promovată prin toate mişcările de tip New Age. Prezenţa activă a acestei „ştiinţe" în mediile culturale ale vremii şi faptul că tot mai mulţi oameni sunt practicanţi sau victime ale ei, ne-a determinat să încercăm a lămuri mecanismele pe care se întemeiază acţiunea magică a televiziunii, pentru a conştientiza răul care inundă imaginarul colectiv precum şi mintea fiecăruia dintre noi.

Giordano Bruno[8] în lucrarea sa *De vinculis* („Despre legături, în general") tratează modul în care poate fi legat sau vrăjit individul sau mulţimea de oameni. El arată că acest proces de vrăjire este constituit din patru etape

I. „Aplicarea" legăturii magice („atacul" îndreptat împotriva imaginaţiei);

II. „crearea legăturii propriu-zise" (*Culianu* 1999: 138): (canalizarea imaginaţiei spre obiectivul urmărit de magician);

III. „Atracţia care rezultă de aici" (este vorba de

8 Giordano Bruno este unul din cei mai importanți apărători ai „culturii evului fantastic", teoretician și practician al magiei, al folosirii tehnicilor magice în scopul manipulării indivizilor și a mulțimii. Vezi (Culianu 1999: 92-96).

puterea dorinţei, intensificarea acesteia până la dominarea completă a minţii);

IV. „plăcuta folosire a obiectului” (făptuirea sau îndeplinirea de către cel vrăjit a actelor sugerate de magician, lucrare care, în retorica lui Bruno, era desemnată ca plăcută, deoarece satisfăcea dorinţa arzătoare aţâţată de fantasme în mintea subiectului).

Vom trata în continuare fiecare etapă a procesului magic, observând, în paralel, în ce măsură acestea pot fi recunoscute în efectele vizionării TV.

Etapa I.

Aplicarea legăturii magice – atacul *a. Invazia subconştientului*. G. Bruno arată că în prima etapă a „aplicării legăturii” magice este necesar ca momelile, imaginile sau închipuirile să pătrundă în interiorul minţii, chiar în cele mai adânci locuri ale ei (subconştient), de unde vor putea influenţa şi controla procesul magic.

Din acest punct de vedere, televizorul este un instrument ideal. „Înainte de oricare alt efect, observă J. Mander, televiziunea plasează imagini în mintea noastră”. (*Mander* 1978: 210)

b. Văzul şi auzul. În mentalitatea comună, procesul magic ar fi mediat îndeosebi de acţiunea spiritelor cu care colaborează magii, dar în tratatele ce descriu acest proces se acordă un rol fundamental văzului şi auzului, deşi pentru omul modern acestea nu pot fi decât surse obiective ale informării sau percepţiei realităţii… Acţiunea magică – ne spune G. Bruno – are loc printr-un contact indirect prin sunete şi figuri care-şi exercită puterea asupra simţului văzului şi al auzului”[9]

Este evident faptul că, pentru a ajunge să incite imaginaţia, televiziunea operează exclusiv asupra văzului şi auzului. Mai important de observat însă este faptul că privarea senzorială pe care o condiţionează vizionarea TV favorizează o puternică excitare a fanteziei prin văz şi auz, inducând o stare alterată de conştiinţă, o stare mentală în

9 G. Bruno, Theses de magia, XV, voi III, apud (Culianu 1999: 132).

care lucrarea magicului este mult înlesnită.

c. *Înrâurirea imaginaţiei*. „Văzul şi auzul nu sunt însă decât porţile secundare prin care vânătorul de suflete, magicianul, îşi poate introduce legăturile (înlănţuirile) şi momelile.[10] Intrarea principală a tuturor operaţiunilor magice este de fapt fantezia[11], singura poartă a afectelor interne şi legătură a legăturilor"[12]. Aşadar, este esenţial ca mesajul să ajungă să provoace, să controleze sau să canalizeze imaginaţia. Magia nu are ca scop, după G. Bruno, decât „să dirijeze emoţiile altora alterându-le imaginaţia într-un mod specific şi permanent"[13].

„Când te uiţi la televizor – afirmă J. Mander – toate capacităţile tale de creare de imagini devin latente, dispar în imaginea TV. Televiziunea intervine propriu-zis între tine şi propriile imagini, substituindu-se lor. Odată ce imaginile TV sunt înăuntrul tău, ţi se întipăresc în memorie, devin ale tale". (Mander 1978: 240) Televiziunea este nu atât un mediu educaţional şi de comunicare, cum ne-am dori să credem, cât „un instrument care plasează imagini pe tărâmul inconştient al minţii. Te fixezi pe imaginile în mişcare şi, pe măsură ce pătrund în tine te aduc în imposibilitatea de a te împotrivi, şi, astfel, cedezi în faţa lor. Imaginile altora le înlocuiesc pe cele proprii, dobândind drepturi egale cu acestea. Lucrul cel mai înfricoşător legat de televiziune este faptul că prin intermediul ei se interferează în capacitatea omului de a crea imagini, se intervine între om şi imaginea concretă a lumii înconjurătoare" (*Mander* 1978: 216).

Procesul de influenţare a imaginaţiei oamenilor de către televiziune este surprins într-o mulţime de studii de specialitate. Concluziile neuropsihologilor sunt clare: „Televiziunea are puterea de a modela conţinutul imaginaţiei oamenilor, fapt ce le determină

10 G Bruno, De vinctdis in genere, III, p. 669, apud Ibidem, p. 154.

11 G. Bruno, De Magia III, p. 452, apud Ibidem, p. 154.

12 G. Bruno, De Magia III, p. 452, apud Ibidem, p. 133.

13 G. Bruno, De vinculis in genere, III, p. 669, apud Ibidem, p. 154.

comportamentul şi concepţiile" (McLuhan 1997: 358).

d. *Credulitatea subiecţilor*. Pentru a putea înşela raţiunea, magul trebuie să beneficieze din partea subiectului de o „credinţă pasivă", adică de o încredere, de o deschidere sufletească faţă de mesaj sau faţă de mag. Fără această încredere este foarte posibil ca raţiunea circumspectă să refuze momeala, iar actul magic să eşueze. „Credinţa este condiţia prealabilă a magiei, spune G. Bruno: nu există opera tor-magician, medic sau profet care să poată săvârşi ceva fără să întâlnească o credinţă prealabilă în subiect"[14]. În acest sens, G. Bruno arată că ignoranţii, a căror raţiune nu este atât de trează sau lucidă, sunt mai uşor de vrăjit.

„Este cu atât mai uşor să-i legi de tine pe aceşti oameni care au cele mai puţine cunoştinţe. La ei puterea sufletului se rânduieşte şi se deschide în aşa fel încât lasă să treacă impresiile provocate de tehnicile operatorului, deschizându-le larg acele ferestre care la alţii sunt mereu închise. Operatorul are căi lesnicioase pentru a crea toate legăturile pe care le voieşte: speranţa, compasiunea, teama, iubirea, ura, indignarea, mânia, vioiciunea etc."[15]

Argumentul fundamental al televiziunii în câştigarea interesului telespectatorilor este *imaginea în mişcare*. Văzând cu propriii ochi, oamenii sunt înclinaţi să creadă tot ceea ce văd, mai cu seamă atunci când ceea ce vizionează reprezintă punctul de vedere oficial, recunoscut de toată lumea. Chiar dacă ştim că multe din cele pe care le vedem la televizor sunt ficţiuni, înclinăm să credem pentru că în cuprinsul acelor mesaje ni se sugerează persuasiv că toate acelea ar putea fi reale.

Cu cât ne uităm mai mult la televizor, cu atât mai mult înclinăm să credem în veridicitatea celor văzute, deoarece mesajele noi sunt recunoscute, familiare sau confirmate în lumina celor deja vizionate. Practic,

14 G. Bruno, De Magia III, p. 452, apud mitropolitul (Culiami 1999: 135).

15 G. Bruno, De Magia III, p. 453-454, apud Ibidem, p. 135.

proporţional cu timpul alocat vizionării TV pe parcursul anilor lumea micului ecran devine tot mai credibilă ca fiind înrudită cu cea pe care o purtăm deja în minte, făcând cumva parte din noi şi recunoscându-ne în ea. Când suntem mici, credem pentru că nu ştim că tot ce vedem poate să nu fie adevărat, iar când ne maturizăm, credem pentru că deja acele imagini se înrudesc sau ne amintesc de lumea copilăriei cunoscută prin ochiul micului ecran.

În fine, înclinăm să ne încredem în mesajul TV pentru că mintea noastră, de-a lungul vizionării, se află într-o *stare de semihipnoză*, cu facultăţile critice mult diminuate, dar cu o sensibilitate la sugestie mai mare ca oricând. Cu cât suntem mai dependenţi de televizor, cu atât mai mult vom avea tendinţa de a ne încrede în această autoritate sau instanţă care în societatea modernă a substituit aproape toate celelalte autorităţi (a familiei, a Bisericii, a şcolii etc.)

e. Ocolirea raţiunii. Pentru ca fantasmele (imaginile dorinţei) să se poată furişa în minte şi să se imprime cu putere în lucrarea imaginaţiei, este nevoie, pe de o parte, de adormirea, de înşelarea raţiunii şi, pe de altă parte, de provocarea emoţiei. Se pare că raţiunea joacă în mintea omului un rol de paznic care are şi menirea de a filtra, de a cenzura influenţele străine, îngăduindu-le să pătrundă şi să influenţeze viaţa omului în măsura în care acestea nu par să-i primejduiască liniştea, libertatea şi valorile.

Alterarea proceselor raţionale, produsă de televiziune prin diminuarea puternică a activităţii emisferei stângi de-a lungul vizionării, a fost prezentată pe larg în primul volum al acestei lucrări[16]: Din studiile de neuropsihologie rezultă că activitatea raţională (logica şi discernământul) din timpul vizionării TV aduce mai mult cu

16 Imaginile în mișcare ce nu lasă timpul necesar reflecției, blocând astfel procesul analizei, tendința de evadare în imaginar pe care o produce privarea senzorială inerentă vizionării, predominarea efectului emoțional asupra procesului rațional sunt doar trei dintre factorii care contribuie la o intensă stare de pasivitate mentală, la o reducere drastică a gândirii active.

cea întâlnită în stările de hipnoză şi vis decât cu cea din starea de veghe. Aşadar, însăşi natura tehnologiei video sau a comunicării pe care aceasta o presupune favorizează reducerea activităţii raţionale sau pătrunderea în minte a imaginilor fără o temeinică cercetare sau analiză a acestora. Cercetătorii Emery de la Universitatea din Canberra afirmă: „Televiziunea inhibă conştiinţa, iar înţelegerea conţinutului este minimalizată" (Zingrone 2001). „Procesele de gândire şi discernământ sunt în cel mai bun caz semifuncţionale în timpul vizionării" (*Mander* 1978: 205).

f. Mesajul trebuie să aibă o puternică încărcătură emoţională. G. Bruno insistă asupra faptului că imaginile care vrăjesc trebuie să fie încărcate emoţional (emoţii, afecte, pasiuni puternice), „fantasme voluptuoase" capabile să influenţeze puternic „simţul intern al minţii" celui vrăjit spre a avea forţa de a se imprima în memorie trecând mai întâi prin „poarta imaginilor afective"[17]

În încercarea de a slăbi atenţia raţiunii, momeala aruncată de mag propune ca dovadă a bunei sale intenţii plăcerea sau emoţia pozitivă pe care ea însăşi o induce sau o promite pentru sufletul subiectului. Magii, ca şi psihanaliştii de astăzi, ştiu că atunci când o imagine sau o experienţă produce o emoţie puternică, aceasta se va imprima cu putere în subconştient. Cu cât creşte gradul implicării afective, cu atât imaginea respectivă va fi mai activă în lucrarea ei în subconştient, mult mai implicată în deciziile sau în gândurile noastre conştiente.

Prin urmare, pentru ca procesul magic să aibă eficacitate, imaginile şi sunetele care „intră prin deschizăturile simţurilor – spune G. Bruno – trebuie să imprime imaginaţiei anumite afecte de atracţie sau repulsie, de plăcere sau dezgust" (*Culianu* 1999: 133). Imaginile transmise – fantasmele –, insistă magicianul renascentist, nu trebuie să fie „inerte", ci „colorate de pasiuni inspirând deja prin chiar existenţa lor simpatia sau

17 G. Bruno, Sigillus sigillorum 22-23, apud (Culianu 1999: 145).

antipatia, iubirea sau ura" (*Culianu* 1999: 174), pentru a se putea fixa astfel cu putere în mintea noastră şi, mai cu seamă, chiar în intimitatea lumii subconştientului.

În ceea ce priveşte televiziunea, atât neuropsihologii, cât şi cercetătorii conţinutului programelor TV (*Postman* 1985) constată acelaşi lucru: *Impactul televiziunii este unul puternic emoţional sau dramatic*. În aceasta constă, de fapt, secretul forţei de captivate a lumii TV.

Odată cu diminuarea proceselor raţionale, pe parcursul vizionării TV, neurologii constată o intensificare a proceselor emoţionale (afective) din cauza faptului că activitatea cerebrală ajunge să se concentreze preponderent asupra emisferei drepte (a sistemului limbic), care răspunde de recunoaşterea automată a imaginilor şi de procesele de tip afectiv (Moore 2001: 59 – 66).

O carte sau un spectacol de teatru, observă Leonard Shlain, nu seduce în aceeaşi măsură imaginaţia afectivă precum o face vizionarea TV, deoarece implicarea cititorului sau a spectatorului este în acest caz una activă, întrucât suntem implicaţi cu toate simţurile în actul cunoaşterii, şi nu doar imaginativ, ceea ce înseamnă o stimulare a gândirii şi a discernământului, lucru care poate cenzura, stăvili sau estompa o implicare emoţională puternică (*Shlain* 1999).

În concluzie, deschiderea largă a porţilor subconştientului, introducerea minţii umane într-o stare alterată de conştiinţă, alterarea semnificativă a procesului imaginativ, creşterea sugestibilităţii, a credulităţii, diminuarea gândirii active şi stimularea implicării emoţionale pe parcursul vizionării TV sunt factorii principali ce favorizează o aşa-zisă înrâurire magică a minţii umane, o adevărată vrăjire prin televizor.

„Imaginile de film sau de televiziune, spune Gerard Namer, se adresează dincolo de raţiune, direct gândirii magice: la cinema sau la televiziune, sensibilitatea este afectată fără ca facultatea de judecată să poată interveni,

subiectul reacţionează fără a fi percepută intenţia mesajului”. (*Tudor 2001*: *75*)

Etapa a II-a.

Crearea legăturii propriu-zise canalizarea imaginaţiei spre obiectul urmărit de actul magic *a. Autonomia fantasmelor*. În cadrul acestei etape, fantasmele care s-au strecurat în minte, primite fiind cu plăcere de aceasta, dobândesc un anumit relief, o existenţă de sine sau o autonomie în interiorul subconştientului, atât faţă de sursa care le-a produs (în cazul nostru televizorul), cât şi faţă de minte (*Culianu* 1999: 140). „Fantezia este adevărată şi ea acţionează în mod real – afirmă G. Bruno –, ea poate realmente exercita o constrângere asupra sufletului. Pătrunde deopotrivă în subiect prin poarta imaginaţiei, ajunge la facultatea cognitivă, determină afectivitatea şi îndeamnă subiectul la plăcere”[18].

Este momentul când nălucirile încearcă să-şi alieze raţiunea, să o convingă să lucreze împreună cu ele, căci numai astfel, arată Giordano Bruno, acestea pot subjuga sufletul (*Culianu* 1999: 133).

b. *Subordonarea raţiunii*. De ce au nevoie fantasmele de însoţirea raţiunii? Poate pentru că aceasta, trezindu-se, s-ar putea opune străinilor (imaginile) care au inundat mintea, respingându-le atacul. Sau poate pentru că înrobirea raţiunii nu se poate realiza decât dacă la început ea se învoieşte singură la jocul şi la lucrarea fantasmelor.

În această etapă, înrâurirea nălucirilor care au invadat sufletul omului este mult mai mare. Ele nu mai constituie o apariţie timidă în spaţiul minţii, ci o prezenţă tot mai intensă care îndeamnă la plăcere.

Prin intensificarea dorinţei care o subjugă, raţiunea devine treptat din aliată tot mai mult subordonată comandamentelor sau puterii fantasmelor. Însăşi condiţia de aliată prevesteşte robia, deoarece încă de acum raţiunea urmează lucrarea impusă de fantasme.

c. *Incitarea dorinţei*. În momentul în care puterea

18 G. Bruno, De vinculis in genere, III, p. 669, apud, Ibidem, p. 154.

raţională (cugetarea) se pune în slujba unei imaginaţii alterate de acţiunea străinilor care au pătruns în minte, ea începe a-şi aduce contribuţia la procesul magic, prin dezvoltarea unor scenarii mentale – adevărate filme sau telenovele ale satisfacerii dorinţelor. Forţa sau motorul care pune în mişcare raţiunea, instrumentul sau mijlocul cel mai eficace de care se folosesc fantasmele în înrâurirea sau constrângerea acesteia nu este altul decât dorinţa. De aceea în tot ceea ce fac fantasmele nu urmăresc, de fapt, decât creşterea tensiunii dorinţei.

Persoana a cărei minte a fost năpădită de închipuiri legate de pofta sexuală se va trezi adesea construind, chiar dacă nu totdeauna conştient, scenarii mentale ale cuceririi unei femei anume sau a uneia în general. Mintea începe să fie cutreierată de astfel de secvenţe ce pot varia de la poveşti romanţioase de dragoste până la violuri, gradul depinzând de intensitatea dorinţei născute de acest exerciţiu imaginar al închipuirilor.

În concluzie, ceea ce caracterizează etapa a doua este autonomia pe care imaginile o dobândesc în interiorul minţii, putând-o influenţa prin construirea, în colaborare cu raţiunea şi imaginaţia subiectului, unor scenarii mentale ce vizează satisfacerea acelei dorinţe. Este numită „etapa legăturii”, deoarece acum se naşte efectiv legătura magică, intensificându-se preocuparea minţii pentru o anumită imagine sau dorinţă, preocupare care se dezvoltă până la nivelul unei legături permanente între minte şi acţiunea respectivă.

Se poate vorbi despre naşterea unei legături de natură magică între telespectator şi lumea TV?

Eric Peper, cercetător în domeniul testării electroencefalografice, afirmă că: „Partea îngrozitoare în cazul televiziunii este că informaţia, imaginile ajung la noi, dar noi nu reacţionăm la aceste mesaje. Ele intră direct în memoria interioară şi probabil că reacţionăm la ele mai târziu, dar fără să ştim la ce reacţionăm de fapt; facem lucruri fără să ştim de ce le facem şi de unde ne-au venit în

minte” (*Mander* 1978: 206). Dovada faptului că, în urma vizionării, fantasmele în interiorul minţii dobândesc o *autonomie* şi o *lucrare proprie* ne-o furnizează întreaga industrie a publicităţii. Sutele de miliarde de dolari investiţi anual în reclamele TV arată eficienţa acestora.

Nu mai este un secret astăzi modul prin care reclamele, mai cu seamă cele de la televizor, îşi împlinesc cu prisosinţă misiunea care le-a fost încredinţată. Ţinta urmărită de publicitatea este, în esenţă, *crearea şi stimularea dorinţei spre dobândirea unei plăceri sau a unui obiect*, exact ceea ce urmăreşte să facă şi magia.

Procesul de alterare a raţiunii, după ce fantasmele s-au furişat în adâncul minţii, se desfăşoară în cazul telespectatorilor, concomitent din două direcţii: din interiorul subconştientului, ca presiune a unor dorinţe care înrâuresc cumva judecata raţională, şi din exterior, prin intermediul scenariilor şi imaginilor pe care omul le primeşte în continuare în actul vizionării, scenarii care răspund dorinţelor secrete deja sădite. Practic, scenariile mentale ale satisfacerii dorinţei, care – în cazul vrăjirii – joacă un rol esenţial în supunerea raţiunii de către fantezie sau dorinţă, sunt în cazul vizionării TV înlocuite în mare parte de celelalte filme şi experienţe fantastice (imaginare) primite prin intermediul televizorului. Sau se poate spune că televiziunea devine cea mai importantă sursă de inspiraţie, un adevărat pedagog pentru raţiunea şi imaginaţia telespectatorului în construirea scenariilor satisfacerii plăcerii. Judecata omului, slăbită şi subjugată prin plăcerile şi justificările pe care filmele sau programele TV le oferă este deja prizonierul acestui mecanism.

Faptul important de remarcat în cazul privitului la televizor este acela că raţiunea nu mai trebuie convinsă de fantasmele interioare să construiască mental scenariile satisfacerii dorinţelor. Acestea sunt deja pregătite şi interpretate perfect în cadrul filmelor artistice de oameni vii, actori care trăiesc în lumea noastră. Astfel că aceste scenarii, având avantajul de a nu fi numai nişte simple

închipuiri, se vor impune minţii cu forţa şi autoritatea pe care le-o conferă realul sau recunoaşterea publică a obiectivităţii lor.

Proiecţia, empatia şi identificarea sunt lianţii legăturii magice iniţiate prin vizionarea TV

Pentru ca fantasmele să se imprime cu putere în subconştient, este nevoie nu numai de o puternică stimulare a emoţiilor, dar şi de participarea subiectului la acţiunea desfăşurată pe micul ecran. Această participare constituie temeiul sau liantul fixării filmului respectiv în mintea noastră, deoarece prin ea omul îşi deschide sufletul, se încredinţează acelei experienţe. Participarea este condiţia de bază a creării legăturii, căci prin ea se obţine mărturia complicităţii noastre.

Jean Cazeneove demonstrează faptul că vizionarea TV nu înseamnă o pasivitate totală a telespectatorului, ci, mai degrabă, o captare şi orientare a atenţiei şi emoţiei lui în direcţia acţiunii de pe micul ecran. Deşi iniţiativa personală este anulată precum în cazul hipnozei, telespectatorul este puternic implicat, până la uitarea de sine, în lumea TV. Cum se întâmplă această manipulare a iniţiativei şi a implicării emoţionale a telespectatorilor în direcţia dorită?

Procesele de proiecţie, identificare şi empatie sunt cele care explică, după Jean Cazeneove, legătura care se stabileşte între lumea TV şi mintea telespectatorilor. „Proiecţia – transpunerea dorinţei secrete a visului în persoana eroului de pe micul ecran, identificarea – suprapunerea fictivă a individualităţii proprii peste aceea a modelului şi empatia – intruziunea bazată pe simpatie, în psihomentalul personalităţii care, de la televizor, iradiază forţă şi autoritate – cimentează legătura dintre telespectator şi mijlocul său de informare favorit” (*Cazeneiive* 1974, apud *Tudor* 2001: 20)

Televiziunea se pare că are mai mult decât oricare alt mijloc capacitatea de a activa proiecţia, identificarea şi empatia făcându-l pe telespectator să experimenteze cu o

intensitate emoţională deosebită trăirile celor de dincolo de sticla ecranului TV. În faţa televizorului experimentăm plăcerea, durerea, întristarea sau mânia, sentimente de răzbunare sau efuziuni de afecţiune, ca şi cum ne-am afla înăuntrul acelei lumii sau, mai mult, ca şi cum am trăi prin acele personaje sau ele ar trăi în noi.

Oamenii nu mai trebuie să-şi închipuie poveşti de dragoste sau cum să ajungă puternici, bogaţi, ci doar să şi le însuşească de pe micul ecran, să se încreadă în ele, să le trăiască intens. Trebuie numai să găsească în mulţimea programelor TV pe acelea care satisfac cel mai bine aşteptările sau dorinţele zămislite de lumea fantastică (imaginară), pe care deja o purtăm în subconştient. Iar arhitecţii lumii televizualului, exploatând mecanismele psihologice descrise anterior, vor avea posibilitatea de a substitui parţial prin personajele micului ecran subiectivitatea noastră, şi prin aceasta vor putea guverna şi modela gândurile, sentimentele şi stările noastre sufleteşti conform propriilor interese.

Adesea fantasmele aleg pentru noi

Atunci când deschidem televizorul, avem impresia că suntem liberi să alegem după propria voinţă un anumit program. Cel mai adesea însă, mai ales în cazul televizomanilor, al celor dependenţi de telecomandă, nu noi alegem, ci fantasmele care ne sunt deja sădite în minte aleg pentru noi acele emisiuni (filme, divertisment etc.) care ne satisfac cel mai bine dorinţele pe care ele însele le-au aprins deja în suflet.

Această legătură dintre lumea fantastică sădită de televizor în sufletele noastre, dintre dorinţele pe care ea le cultivă şi lumea imaginilor TV, care vine să satisfacă aceste pofte într-un perimetru imaginar, este, prin excelenţă, o relaţie de tip magic. Raţiunea, principala putere a sufletului uman, ajunge captivă, prinsă între scenariile din afara minţii (de la televizor) şi cele dinăuntru, mişcându-se între dorinţele născute în minte prin vizionare şi satisfacerea lor prin intrarea în empatie cu personajele de

pe micul ecran.

Odată cu apariţia televiziunii, scenariile sau modelele de satisfacere a dorinţelor nu mai trebuie construite individual în spaţiul intim al propriei conştiinţe (cel mai adesea în istorie sub oprobriul moralei publice), ci ele devin modele culturale şi comportamentale prin forţa şi autoritatea pe care le-o conferă apariţia la televizor, recunoaşterea publică. Prin televiziune, aceste scenarii care provoacă şi satisfac dorinţa, aşa-zisele fantasme, inundă minţile a milioane de oameni.

Astfel, prima caracteristică a magiei televiziunii poate fi găsită în faptul că actul vrăjirii nu mai este individual, izolat, ci unul de natură colectivă. Trăim vremurile în care o mare parte a populaţiei lumii ajunge să fie implicată mental, să participe la realitatea virtuală a acestui vis colectiv generat prin televizor. „Televiziunea, spune Martin Esslin, a creat un produs care poate fi numit «maşina visării» căci televizorul aduce un proces neîntrerupt de visare colectivă, de fantezii colective în casele noastre. Aceasta este caracteristica esenţială a televiziunii” (Berger, 1997: 1 31).

Etapa a III-a.

„Atracţia” sau intensificarea dorinţei în această etapă a procesului magic, dorinţa se dezvoltă foarte mult ocupând o suprafaţă tot mai mare din câmpul de preocupări ale individului, ajungând până la a domina complet mintea omului. Incitarea şi amplificarea dorinţelor este lucrarea esenţială a magiei, a nălucirilor plasate sau născute în interiorul minţii, căci numai acestea îl pot împinge cu putere pe om, din interiorul subconştientului, spre satisfacerea lor şi, prin aceasta, spre a urma voinţa magicianului manipulator.

Acolo unde este vorba de eros (n.n. pasiune sau legătură), spun magicienii Renaşterii, este vorba de dorinţă. Acolo unde este vorba de dorinţă este vorba de potolirea ei (...). Dorinţa nu este decât urmărirea unei fantasme ce aparţine lumii imaginare (...). Preliminariile

dorinţei constau în instalarea fantasmei (imaginilor) înăuntrul subiectului (...). Această fantasmă va avea facultatea de a trezi voinţa aţipită" (Culianu 1999: 68), pentru a o propulsa în direcţia obţinerii plăcerii.

Fantasmele stimulează pofta, iar aceasta atrage zămislirea altor închipuiri, imagini sau gânduri la nivelul conştiinţei, care, înrudite cu primele, chiar dacă se ascund sub alte chipuri, nu urmăresc decât hrănirea dorinţei. Astfel vedem că întreaga mişcare magică iniţiată de nălucirile strecurate în interiorul minţii nu urmăreşte decât creşterea poftei, până la nivelul la care aceasta se va satisface prin faptă.

Prin televizor, dorinţa se poate consuma integral într-un perimetru fantastic

Tratatele de magie scrise în perioada Renaşterii consemnează şi o altă modalitate de satisfacere a dorinţei, de continuare a procesului magic decât făptuirea sau obţinerea fizică a plăcerii. O serie de magicieni susţineau atunci că erosul sau dorinţa poate sau trebuie „să se consume integral într-un perimetru fantastic" (Culianu 1999: 68). Adică alte şi alte jocuri fantastice de aţâţare şi totodată de potolire imaginară a dorinţelor deveneau scopul acestei magii. Plăcerea se poate consuma în spaţiul imaginar al minţii, fără a mai fi nevoie de a o traduce în faptă, susţin aceştia. Acest mecanism sau fenomen magic caracterizează şi se regăseşte cel mai bine actul vizionării TV.

Ne uităm la televizor şi ne identificăm cu diversele personaje, suntem mai puternici, mai bogaţi, întreţinem relaţii amoroase, ne răzbunăm, şi astfel, lumile respective de care ne-am lipit inima mai mult sau mai puţin, gustând imaginar plăcerea ce ne-o promit, se înrădăcinează adânc în noi. Acolo, în inima noastră, se nasc dorinţele. Multe dintre ele sunt nedesluşite, inconştiente. Altele, chiar dacă pot fi simţite şi identificate ca atare, rămân nemărturisite chiar în faţa propriei conştiinţe din cauza ruşinii pe care ne-o trezesc, venind în conflict cu morala, cu situaţia

noastră socială sau familială. Treptat, aceste dorinţe prind un glas tot mai puternic, justificându-se şi impunându-se forului nostru interior. Chiar dacă sunt sau nu conştientizate pe deplin, ele ne vor împinge permanent spre acele comportamente care le aduc satisfacţie.

Acest lucru nu este însă la îndemână pentru cei mai mulţi dintre telespectatori. Este greu sau imposibil pentru un om căsătorit, bărbat sau femeie, mai cu seamă când are copii şi o anumită vârstă să înceapă să caute alţi parteneri de viaţă „amoroasă”, aidoma cu eroii din filme. Pe de altă parte, câţi dintre noi ne putem permite luxul, maşinile, confortul sau puterea celor de pe micul ecran? Pentru bătrânii săraci, orizontul de obţinere a plăcerii, fie ea sexuală sau de alt fel, a bogăţiei, a forţei fizice sau a puterii este foarte redus. Astfel, complexul de dorinţe şi aşteptări pe care-l sădeşte televiziunea în chip magic în mintea omului este dificil sau, practic, imposibil de satisfăcut în viaţa reală.

Femeile nu pot avea o siluetă şi o înfăţişare atât de provocatoare, o viaţă lipsită de griji, confortul, plăcerile şi bogăţia vedetelor din filme, chiar dacă uneori recurg la regimuri drastice de slăbire, operaţii estetice, gimnastică, haine etc. Bărbaţii nu pot avea muşchii, farmecul, banii, puterea, autoritatea şi eficacitatea celor de pe micul ecran. Nu putem rămâne veşnic tineri şi neatinşi de griji, probleme, boli când trebuie să ne trăim viaţa, să muncim, să ne întemeiem o familie. Orice am face, nu putem concura cu eroii de la televizor. Nu pentru că nu ar fi oameni şi ei, ci pentru că viaţa lor este o permanentă luptă sau investiţie în imaginea pe care trebuie să şi-o formeze. Ei nu sunt în realitate nici atât de frumoşi sau bogaţi şi aproape niciodată atât de fericiţi sau biruitori pe cât apar pe micul ecran. *Rolul lor este doar să sugereze perfecţiunea, să contribuie la crearea imaginii, la aprinderea imaginaţiei şi a dorinţei telespectatorilor de a fi şi ei la fel.*

Toate acestea fac ca ecranul care a iniţiat procesul

magic prin însămânţarea şi aţâţarea dorinţelor să devină unica sursă de satisfacere a lor. Ani de zile, poate pentru tot restul vieţii, tot mai mulţi oameni găsesc în lumea micului ecran, prin proiecţie, identificare şi empatie, realizarea proiectelor de viaţă sau dobândirea plăcerilor dorite. Astfel, ca şi în şcoala de magie amintită de Culianu, în cazul televizorului, erosul se satisface prioritar într-un perimetru fantastic. Femeile căsătorite trăiesc imaginar adevărate poveşti de dragoste prin intermediul telenovelelor, aspirând sau cultivându-şi astfel în închipuire o viaţă aventuroasă, plină de plăceri şi confort, liberă de obligaţiile vieţii de familie. Tinerii şi tinerele îşi părăsesc aşezarea lor cuminte şi sănătoasă identificându-se cu personaje ca Madona sau Rambo, bătrânii, cu neputinţele vârstei, săraci şi poate singuri, găsesc posibilitatea de a se înfrupta imaginar prin vizionarea TV, din toate „bunătăţile” sau plăcerile imaginare pe care le trăiesc pe micul ecran cei de toate vârstele. Trebuie precizat că în faţa actului magic nu există diferenţă de vârstă. Pentru tânăr sau bătrân, fantasmele şi dorinţele din minte au aceeaşi consistenţă şi forţă. Iar dacă este vorba de potolirea dorinţei prin consumarea ei doar în perimetrul fantastic, nu şi prin faptă, atunci cu toţii se află în aceeaşi situaţie. *Oamenii ajung să fie cu atât mai dependenţi de televizor*, *cu cât este mai redusă posibilitatea lor de a-şi satisface în viaţa de toate zilele poftele aprinse de năzucirile ce le cutreieră mintea*. Aceasta în cazul în care nu vor ajunge să-şi împlinească dorinţele sau să-şi potolească glasul fantasmelor care le tiranizează mintea, prin băutură, drog sau sexualitate obsesivă.

Continuând descrierea etapei a treia a vrăjirii minţii, trebuie spus că în acest stadiu nu mai este vorba doar de un joc de urmărire a unor scenarii mentale produse de mişcarea imaginilor şi a dorinţelor aţâţate. Acum raţiunea deja însoţeşte sau se subordonează fantasmelor în construcţia de strategii privind satisfacerea plăcerii. Omul începe în chip inconştient sau conştient să caute

oportunităţi pentru împlinirea dorinţelor ascunse şi, de asemenea, justificări sau argumente în faţa propriei conştiinţe sau a celorlalţi din jurul său. Într-un fel sau altul, se pregăteşte sau se creează cadrul şi tensiunea făptuirii.

Spectrul acţiunii magice de la cumpărarea unui detergent până la săvârşirea unei crime în etapa a treia, ca şi în cele de mai înainte, există mai multe nivele sau grade de intensitate în dominarea minţii de către lumea fantasmelor. De o influenţă magică se poate vorbi şi atunci când oamenii sunt condiţionaţi prin mesajele publicitare vizionate să cumpere un lucru mărunt, cum ar fi un detergent sau o pastă de dinţi, dar şi atunci când fantasmele sădite în minte prin vizionarea repetată a unor filme de groază îi împing la crimă. Deşi numai cel de-al doilea caz este socotit în genere ca o influenţă magică, între cele două situaţii diferenţa nu este decât de grad, şi anume, cât de avansat este procesul de influenţare magică sau de posedare a minţii.

Există lucruri mărunte pe care suntem îndemnaţi să le dobândim prin dorinţele ce ne-au fost inoculate în minte prin înrâurirea imaginaţiei, fără a fi totuşi obsedaţi de obţinerea lor. Spre exemplu, reclamele sădite în subconştient ne fac să simţim necesară cumpărarea unei haine, a unui aparat, deşi practic nu am avea nevoie de ele. Aceste acţiuni, neintrând puternic în conflict cu propria conştiinţă, le vom înfăptui fără mari reţineri, considerându-le neînsemnate.

Odată însă ce obiectele dorinţei sunt mai greu de obţinut, intrând în contradicţie cu moralitatea şi conştiinţa individului, atunci procesul de vrăjire pentru a avea eficacitate trebuie să fie mai îndelungat. Dar ca să ajungă omul să săvârşească o crimă sau un viol este nevoie ca fantasmele să dobândească o asemenea putere, încât să înrobească până la orbire raţiunea şi voinţa subiectului.

În primul stadiu, oamenii vor avea proiectate în minte, prin intermediul publicităţii, anumite obiecte, fără a

fi conştienţi de aceasta. Atracţia se va manifesta atunci când, văzând într-un supermarket obiectul respectiv, vor simţi nevoia să-l cumpere. „Când cercetările lui Mulholland au fost publicate, observă Wess Moore, au avut un impact puternic asupra industriei de televiziune Realizând că telespectatorii intră automat într-o stare de transă semihipnotică atunci când privesc la televizor, producătorii au început să producă reclame care trebuiau să inducă stări şi dispoziţii emoţionale inconştiente telespectatorilor. Scopul reclamelor nu este să apeleze raţionalul sau conştientul, ci mai degrabă să implanteze dispoziţii pe care consumatorul le va asocia cu produsul întâlnit în viaţa reală. Când vedem produsul expus în magazine, acele emoţii pozitive sunt activate”, iar noi, atraşi spre cumpărarea lui. (Moore 2001: 60)

În cel de-al doilea stadiu, influenţa magică ajunge să cultive la nivelul conştiinţei o nevoie oarecare, ca de exemplu dorinţa de a avea o maşină scumpă, o mobilă nouă sau alt lucru pentru care omul trebuie să se lupte, să facă sacrificii ca să-l obţină, deşi, repetăm, acel lucru nu-i este strict necesar.

Se pot astfel distinge o mulţime de situaţii sau grade de vrăjire care cresc în intensitate proporţional cu importanţa sau gravitatea actului dictat de fantasmele inconştientului, cu conflictul pe care acest act îl creează între ceea ce îi comandă fantasma şi glasul conştiinţei. Starea pătimaşă a băutorilor, a celor obsedaţi de sex, a celor care se droghează constituie un ultim nivel de influenţare, care poate fi adâncit însă până la întunecarea totală a minţii, până la distrugerea persoanei respective.

Înainte de a vedea în ce măsură în cazul vizionării TV se poate ajunge la un grad avansat de vrăjire a minţii, la aşa-zisa posedare a ei de fantasmele dorinţei, vom sublinia câteva aspecte legate de un anumit mecanism de influenţare magică, utilizat pe larg în contextul societăţii mediatice.

Manipularea atitudinilor ca fenomen magic

Prin vizionarea îndelungată, pe parcursul anilor, sădesc în mintea omului seminţele unui adevărat câmp de dorinţe care definesc sau modelează atitudini sau modele comportamentale caracterizate prin dorinţa de a fi independenţi, autonomi, tendinţa de a ne răzvrăti permanent împotriva tuturor normelor, de a avea cât mai mulţi bani şi lucruri sau de a fi dominaţi de un erotism obsesiv. Cu alte cuvinte, aceste dorinţe îl pot îndrepta pe om către un tip de comportament care vizează o permanentă satisfacere a lor, comportamente favorabile, desigur, grupurilor de interese ce controlează mass-media. Astăzi în lumea întreagă şi în SUA îndeosebi se investesc sute de milioane de dolari în cercetările ce urmăresc schimbarea de atitudine. În anul 1990, în America existau peste 200 de periodice care se ocupau numai de această temă.[19]

Aşadar, actele magice de modelare a imaginarului individual şi colectiv, pe care G. Bruno le teoretiza în Renaştere, sunt ridicate astăzi la rangul de ştiinţă, având o recunoaştere publică. Sunt alocate imense sume de bani pentru cercetarea şi aplicarea acestor tehnici magice în societate, prin intermediul mass-mediei vizuale.

De ce poate fi socotită manipularea de atitudine un act magic? Pentru că „specialiştii”, prin formarea sau schimbarea atitudinilor, nu urmăresc altceva decât modelarea subconştientului uman, astfel încât oamenii, fără să-şi dea seama, în mod „liber”, să gândească, să simtă, să aleagă conform programului ideologic prestabilit şi instalat în subconştientul indivizilor.

Psihologul Gerard Namer apreciază că „manipularea exploatează abil dihotomiile raţiune-sensibilitate, conştient-inconştient, luciditate-imaginar (...). O imagine selectată şi direcţionată în prealabil intră în rezonanţă cu pulsiunile abisale, le stimulează şi le fructifică în sensul

19 Este vorba de folosirea unor tehnici de modelare sau configurare a universului interior uman, prin care oamenii ajung să-și dorească ei înșiși să întreprindă actele sugerate, îndeosebi, unele consumatoriste.

dorit, «se insinuează» ca un «îndreptar secret» sau «voce lăuntrică», obligându-l pe individ să vrea, să fie, să facă, să se comporte aşa cum i se induce subtil" (*Tudor* 2001: 75).

Faptul că mass-media, în special televiziunea, are un efect magic asupra minţii umane, implantând în subconştientul mulţimilor comportamente consumatoriste sau programe ideologice, făcându-i pe oameni să-şi dorească cu putere să facă exact ceea ce sunt condiţionaţi, nu mai este astăzi un secret, ci constituie chiar mecanismul pe care se întemeiază industria publicitară şi procesul politic.

Din cele spuse până acum se poate naşte întrebarea: cât de departe poate să meargă acest proces al vrăjirii prin televiziune, care sunt consecinţele sale ultime? Se poate ajunge până la întunecarea totală a minţii şi chiar la deposedarea subiectului de orice iniţiativă, precum se întâmplă în magie?

Cultura fanilor sau neoidolatria

După cum s-a putut constata, etapa a treia a procesului magic este aceea a „atracţiei puternice", în care dorinţa condiţionată de fantasme creşte până la ocuparea întregului spectru de interese sau preocupări ale subiecţilor. Acum este momentul în care fantasmele pot dobândi o putere cu adevărat tiranică asupra minţii. Ele ajung să colonizeze, să domine viaţa subconştientă şi conştientă, să captiveze întreaga atenţie. Omul devine astfel obsedat de satisfacerea dorinţei pe care fantasmele i-au aţâţat-o la maximum. „Fantasma obiectului dorit, arată Marsilio Ficino[20], duce o existenţă proprie cu atât mai neliniştitoare, cu cât există un soi de vampirism asupra tuturor celorlalte fantasme şi gânduri ale subiectului. Dilatarea morbidă a activităţii sale (n.n. fantasma), în efectele ei, poate fi numită concentrare şi posedare în aceeaşi măsură: concentrare, pentru că toată viaţa

20 Marsilio Ficino, astrolog, psiholog neoplatonician și magician renascentist, este cunoscut pentru scrierile sale din domeniul așa-zisei magii „spirituale" sau „naturale" și chiar al demonologiei. Vezi (Culianu 1999: 208).

interioară a subiectului se reduce la contemplarea unei singure fantasme; posedare pentru că acest monopol fantastic este involuntar, iar influenţa lui colaterală asupra activităţilor psihofizice ale subiectului e din cele mai vătămătoare" (Culianu 1999: 59). Este situaţia celor împătimiţi de băutură, bogăţie, droguri, sexualitate sau de oricare patimă ce presupune o astfel de legătură.

Satisfacerea plăcerii fie în perimetrul fantastic, fie prin faptă nu va micşora tensiunea psihică decât temporar pentru ca, ulterior, aceasta să crească şi mai mult. Este un drum fără sfârşit, căci dorinţa nu apare ca o necesitate firească[21], nu are o cauză naturală, ca să înceteze odată cu atingerea scopului, ci este provocată de fantasmele din minte care nu numai că nu slăbesc sau nu se potolesc prin obţinerea plăcerii, prin satisfacerea dorinţei, ci chiar se hrănesc, cresc în putere, devin adevărate fiare care ne luptă din interior.

Adevăratul subiect, mereu prezent al erosului (atracţia dorinţei), observă Culianu, este fantasma care a pus stăpânire pe oglinda spirituală şi nu o mai părăseşte. Dar această fantasmă reprezintă o imagine percepută, care a depăşit pragul conştiinţei, iar motivul pentru care a luat asemenea dimensiune zace în stratul cel mai profund al inconştientului uman. În situaţia vrăjirii minţii, nu-l iubim în mod obiectiv pe celălalt, o fiinţă străină nouă înşine, gândeşte Ficino anticipând psihologia analitică a lui Jung. *Suntem îndrăgostiţi de o imagine inconştientă.*"[22]

Acest fenomen, care în urmă cu câteva sute de ani se manifesta numai în aria restrânsă a practicilor magice, având mai mult un caracter individual, a devenit astăzi, odată cu dezvoltarea mijloacelor de comunicare în masă, unul colectiv care marchează viaţa a nenumăraţi oameni. J.B. Thomson, în lucrarea *Media şi Modernitatea*,

21 Pofta de a mânca ceva poate fi socotită o dorință naturală atâta timp cât omul este nemâncat. Ea poate fi însă și o dorință nenaturală fantasmatică, pătimașă când omul, sătul sau îmbuibat fiind, se gândește obsesiv la mâncare.

22 Marsilio Ficino, Am., VI, 6, apud (^Culianu 1999: 59).

analizează cauzele apariţiei acestui fenomen în cadrul „culturii” fanilor.

Care este motivul pentru care astăzi milioane de oameni, aşa-zişii fani[23], îşi definesc sau redefinesc existenţa, vestimentaţia, comportamentul, activitatea, priorităţile şi preferinţele după cele ale idolului mediatic? Ce face ca un om străin, un actor, un cântăreţ, un jucător de fotbal sau un VIP al zilei să ajungă să se afle în centrul preocupărilor mentale şi existenţiale ale altor oameni, mai mult decât proprii fraţi, părinţi şi prieteni, mai mult decât propriul sine şi chiar decât Dumnezeu? Cum se poate ca un cântăreţ precum Barry Manilow – eroul povestirii Joanei, prezentat la începutul capitolului – să nască nu numai un act de idolatrie, ci un adevărat cult la care participă mii de oameni[24]?

---

23 „Termenul este el însuși o prescurtare a lui «fanatic» și a fost folosit, probabil, pentru prima dată, la sfârșitul secolului al XX-lea, pentru a-i desemna pe spectatorii entuziaști ai sportului. Deși termenul «fan» este adesea folosit astăzi într-un mod larg descriptiv, el nu și-a pierdut în întregime conotația de fervoare religioasă, de frenezie și de pasiune demonică, transmisă de derivația lui etimologică.” (Thompson 2000: 210)

24 Ibidem: „Cei care i-au studiat pe fani au reliefat faptul ca lumea fânului este adesea o lume socială complexă și foarte structurată, cu propriile ei convenții, cu propriile ei reguli de interacțiune și forme de expertiză, cu propriile ei ierarhii de putere și de prestigiu, cu practicile ei de canonizare, cu diviziunile ei între cognoscente și amator, fan și non-fan și așa mai departe. Lumea fânului poate fi dependentă de produsele industriilor mass-media care sunt în general disponibile, dar aceste produse sunt preluate, transformate și încorporate într-un univers simbolic structurat, locuit doar de fani. Prin fanii cei mai devotați, acest proces transformator poate deveni extrem de elaborat, sfârșind prin crearea unor întregi genuri noi de cărți, de casete video, de opere de artă etc., care, deși parazitare în raport cu produsele mass-media originale, le depășesc adesea cu mult. Dar participarea la lumea fânului admite, adesea, forme mai puțin elaborate. Scrisorile schimbate între fani sunt adesea pline de cuvinte codificate și de o cunoaștere ezoterică ce transformă lumea fânului în ceva special: o lume care este separată de lumea comună a non-fanilor, care, deși se pot uita la aceleași programe și pot asculta aceeași muzică sau citi aceleași cărți, nu și-au organizat propriile vieți în jurul acestor activități și nu le-au

Explicaţia fenomenului este găsită de J.B. Thomson în faptul că, în general, comunicare mediatică – cvasi-interacţiunea mediată – dă individului posibilitatea de a se relaţiona imaginar cu alţi oameni, cu alte situaţii, substituind viaţa reală uneia fantastice, în care fantasmele media găsesc astfel terenul propice instalării şi proliferării în mintea şi în sufletul oamenilor.

„Aflat la distanţă, întâlnit în principal prin mass-media, Barry Manilow este un obiect maleabil al afecţiunii, un partener chemat mai mult sau mai puţin după voie şi care poate fi modelat conform propriilor aşteptări, sentimente şi dorinţe ale Joanei. Este un partener în legătură cu care însăşi distanţa faţă de contextele practice ale vieţii de fiecare zi este una dintre sursele atracţiei sale persistente, deoarece tocmai această distanţă îl ridică, îl ţine deoparte, făcându-l, în acelaşi timp, permanent disponibil într-o formă mediată sau imaginară şi care îi dă Joannei posibilitatea de a şi-l imagina aşa cum i-ar plăcea să fie” (*Thompson* 2000: 211).

Cu alte cuvinte, eroul de pe micul ecran are şansa de a deveni un idol nu numai pentru faptul că mass-media îl pune în această lumină, cât şi pentru că telespectatorii, neintrând într-o relaţie personală cu acesta, îi pot idealiza chipul. Fantasma idolului mediatic se poate cu uşurinţă instala şi dezvolta în minţile telespectatorilor atâta timp cât relaţia cu ea este una fantastică, imaginară, cât timp ea nu poate să dezamăgească prin manifestarea slăbiciunilor proprii fiinţei umane. Idolii micului ecran pătrund astfel în panteonul mental sau sufletesc a nenumăraţi telespectatori care, în timp, „ajung să constate că propria viaţă le scapă de sub control” (Thompson 2000: 215).

De fapt, partenerul sau idolul Joanei nu este cântăreţul B. Manilow, ci o fantasmă care împrumută chipul acestuia, nu un om, ci o imagine inconştientă care, după cum observă magii Renaşterii, poate „pune stăpânire

---

făcut un aspect integrant al percepției de sine”

pe oglinda spirituală a sufletului şi să nu o mai părăsească" (*Culianu* 1999: 59). Chiar dacă faptul de a fi fan debutează printr-un joc, pleacă de la un act admirativ sau de la nevoia de a găsi o modalitate plăcută de a petrece vremea, de a te distra, cu timpul ajunge să fie o necesitate, „adică o formă de activitate care devine obligatorie şi din care individul nu mai poate scăpa după voie" Fantasma ajunge să semene în suflet tot mai multă confuzie, nelinişte şi chiar durere. (*Thompson* 2000: 211)

„Faptul de a fi fan, observă J. Thompson, poate înceta treptat să fie o activitate care e aleasă, o activitate printre numeroasele activităţi care cuprind angajamentele practice ale sinelui; ea poate deveni o activitate fără de care cineva nu poate trăi. Istoria sinelui devine împletită cu istoria celuilalt într-un asemenea mod, încât ele nu mai pot fi evaluate separat. «Starul exprimă ceva care e foarte real pentru tine şi, astfel, iei acel lucru drept tine. Şi ajungi prins în viaţa lui» – această perspectivă, exprimată de o fostă fană a lui David Bowie, surprinde modul în care apropierea reflexivă a materialelor simbolice mediate poate deveni o preocupare obligatorie pentru celălalt, o preocupare în care şinele îşi pierde treptat controlul. «Dar eşti altă persoană – continuă să spună ea, reflectând asupra experienţei ei de fan – cu o altă istorie de povestit»". (*Thompson* 2000: 215)

Ceea ce în Renaştere constituia un fapt excepţional, un produs tipic al magiei şi chiar al lucrării demonice, comportamentul fânului devine un fenomen psihologic şi sociologic la ordinea zilei în viaţa societăţii mediatice. Deşi nu toată lumea ajunge la experienţa unui fan de genul Joanei, la un grad atât de avansat de vrăjire, vizionarea TV şi, mai nou, comunicarea prin Internet fac posibilă o experienţă mentală, fantastică similară, cu consecinţe deosebit de grave. La câţi dintre telespectatori nu li s-a întâmplat să se îndrăgostească de un personaj de televiziune, de un actor sau de un cântăreţ, rezervându-i un loc ales în spaţiul sufletului, conversând imaginar cu

acesta sau trăind o adevărată poveste de dragoste avându-l ca partener. Câţi nu şi-au luat drept model, nu s-au raportat la viaţa de zi cu zi precum au văzut că o fac eroii îndrăgiţi sau chiar idolatrizaţi de pe micul ecran! Mulţi nici măcar nu mai conştientizează acest fapt în condiţiile în care de mici au crescut scufundaţi în mediul fantastic al televiziunii, unde eroii micului ecran au fost cunoscuţi ca nişte personaje reale, împreună cu care, imaginar, au trăit multe clipe plăcute.

Efectele acestui fenomen sunt înfricoşătoare; poate cele mai importante şi mai grave dintre cele pe care televiziunea le produce în viaţa omului modern. Dat fiind faptul că lucrarea magică a fantasmelor TV este, în primul rând, cultivarea dorinţelor şi în mod special a celor erotice, primul efect asupra căruia ne vom opri atenţia este *erotizarea imaginaţiei*.

Erotizarea imaginaţiei sau rolul fantasmelor în disoluţia vieţii de familie

După cum s-a putut constata în cazului Joanei, instalarea fantasmelor erotice în mintea telespectatorilor şi conlucrarea cu acestea conduc la subminarea relaţiei de dragoste, la eşec în căsnicie şi, în consecinţă, la nefericire. Practic, exact opusul a ceea ce promit fantasmele că vor aduce dacă le este ascultat glasul. Toate acestea se întâmplă deoarece niciodată omul real nu va putea răspunde aşteptărilor sau dorinţelor pe care un personaj imaginar – fantasma, un construct ideal pentru satisfacerea plăcerii egoiste – le-a sădit în mintea şi în sufletul partenerului de viaţă.

Adolescenţii înaripaţi de imaginaţie, nerăbdători să-şi materializeze în propria viaţă povestea de dragoste pe care, mult prea devreme, în chip fantastic, şi-au construit-o şi consumat-o imaginar sub impactul culturii TV, nu mai sunt capabili să se îndrăgostească de omul concret pe care-l au în faţă, ci, cel mai adesea, nu fac decât să proiecteze asupra acestuia imaginea ideală pe care o poartă în minte – fantasma de care sunt „îndrăgostiţi” în

cazul acesta, tânărul, trăind mai mult în interiorul propriei fantezii înconjurat de o lume ireală, se aruncă orbeşte într-o relaţie zisă „de dragoste” sau chiar într-o căsătorie cu un om pe care de fapt nu îl cunoaşte, cu un străin. Cu timpul, deziluzionat de faptul că celălalt nu este aşa cum şi-l imagina, apar frustrările sau regretul. Chiar şi atunci când vor reuşi să găsească ceva bun în soţul lor, reuşind să devină mai apropiaţi, şi atunci fantasmele vor submina această relaţie prin propunerea cu insistenţă a unui ideal la care partenerul de viaţă nu se poate conforma.

Soţii sau soţiile victime ale unei iubiri imaginare cu un personaj de telenovelă vor fi tot mai nemulţumiţi unul de altul, context în care orice conflict sau ceartă devin posibile. Cine îşi poate imagina oare că soţul sau soţia îl înşală cu o vedetă, cu un personaj ficţional sau cu un produs al reveriei care, zi după zi, an după an, surpă tot mai profund relaţia de dragoste sau de prietenie, înstrăinându-l de omul pe care-l iubeşte? Cine poate bănui că adevăratul duşman, cel care trăieşte în mod adulter cu propria soţie, în propria casă este un produs fantastic sădit de mass-media în imaginaţia acesteia?

Mulţi vor continua să trăiască, asemenea Joanei, „drama” de a fi împreună cu un om care nu corespunde idolului purtat în minte. Pentru alţii însă această nefericire nu mai poate fi îndurată, situaţie în care orice pretext poate fi bun pentru despărţire. Altcineva va fi căutat pentru împărtăşirea iubirii, însă, din păcate, atâta vreme cât neliniştitoarea fantasmă a bărbatului, a femeii sau „a iubirii ideale” rămâne ascunsă în adâncul minţii şi chiar este hrănită în continuare prin vizionare sau reverii, noua relaţie este dintru început sortită eşecului.

Câmpul fantastic de dorinţe şi aşteptări, sădit şi răsărit prin lucrarea fantasmelor în mintea oamenilor, persistând şi dezvoltându-se, pe parcursul anilor, va crea un fond permanent de nemulţumire şi frustrare a indivizilor care, prin forţa lucrurilor, trebuie să se confrunte cu o lume complet diferită de aceea pe care o

poartă în minte. De fapt, cel mai grav lucru în acest stadiu de vrăjire a minţii prin vizionarea TV îl constituie dezordinea pe care fantasmele-imagini, ce hrănesc dorinţe neîmplinite, simţăminte neîmpărtăşite, senzaţii de tot felul o instaurează în minte.

Tirania fantasmelor în cadrul celei de a treia etape, omul este din ce în ce mai puţin capabil să-şi controleze imaginaţia. Este momentul când mintea nu se mai poate odihni, fiind bombardată permanent de imagini ce urcă din subconştient, de scenarii de obţinere a plăcerii care nu mai pot fi oprite să se desfăşoare în faţa ochiului interior. Fantasmele stăpânesc raţiunea pe care o pun să le slujească şi să întreprindă ceea ce în mod normal omul ar fi refuzat ca inacceptabil, dar tirania fantasmelor produce un adevărat chin atunci când nu te supui lor.

Trebuie să observăm că la acest nivel plăcerea nu mai este definitorie ca mobil al acţiunii omului vrăjit. Apare dorinţa sau necesitatea resimţită dureros de subiect de a se elibera prin făptuire de tensiunea, stresul sau chiar teroarea pe care fantasma o produce în lipsa obiectului sau a comportamentului pe care ea îl reclamă. Este un fapt cunoscut în lucrările de psihologie ce îi vizează pe consumatorii de droguri că, în stadiul dependenţei, aceştia afirmă că nu atât plăcerea este aceea care-i atrage către droguri, cât uriaşa suferinţă şi tensiune psihică, un vierme care le circulă prin minte (fantasmele) şi-i îndeamnă să se drogheze. Adesea, omul care ucide nu face acest lucru pentru obţinerea unei plăceri, cât pentru a domoli, ascultându-le glasul tiranic, tirania fantasmelor care-i impun aceasta. împlinirea actului aduce un moment de uşurare sau relaxare, după care începe un alt coşmar.

Pentru a putea răspunde la întrebarea: Cât de departe poate merge vrăjirea minţii prin televizor? – trebuie mai întâi să observăm, în contextul expunerii anterioare, un simptom care caracterizează tot mai mult viaţa psihică a omului modern. Este vorba de mulţimea de imagini şi gânduri ce invadează şi stăpânesc mintea

oamenilor, care nu le mai lasă pacea şi liniştea necesare refacerii şi organizării vieţii interioare.

„Psihiatrii, observă Mander, declară că este în creştere numărul oamenilor care se plâng că nu-şi mai pot linişti mintea. Oamenii nu-şi mai pot face mintea să alunge imaginile şi gândurile obsesive şi să înceteze frământarea lor. Chiar şi în timpul somnului sau al altor experienţe care presupun relaxarea, eliberarea de tensiunea gândurilor, mintea continuă să fie preocupată obsesiv de acestea". (Mander 1978: 213) în acest context s-au înmulţit atât schizofreniile, cât şi alte boli care înainte erau foarte rare, dar care au luat astăzi dimensiuni epidemice, devenind unul din principalele subiecte de discuţie în forurile medicale de specialitate. Proliferarea bolilor sau a afecţiunilor psihice datorate scăpării de sub control a imaginilor ce invadează mintea este un indiciu al faptului că ceva se întâmplă la nivelul facultăţii imaginative a omului contemporan.

Telespectatorul se obişnuieşte să primească imaginile din exterior, să nu şi le mai construiască singur. Mintea sa este tot timpul plină de imagini, însă, după cum observă J. Mander, „este plină de gândurile şi imaginile obsesive ale altora" (*Mander* 1978: 210). Rezultatul acestei renunţări la imaginile proprii în favoarea celor de la televizor nu înseamnă decât diminuarea, până la pierderea completă a controlului procesului imaginativ.

Care este consecinţa acestui fenomen pentru viaţa psihică a omului modern? Instalarea unei continue stări de oboseală şi epuizare mentală, apariţia unor boli psihice şi nervoase, depresiile şi insomniile sunt urmările cele mai probabile în condiţiile în care imaginile şi gândurile nu mai lasă timpul necesar odihnei şi refacerii minţii. Dincolo de toate acestea şi poate cel mai grav, pe acest fond de oboseală generală, de scădere a atenţiei, de biciuire a simţurilor cu dorinţe şi plăceri împlinite sau nu, apare posibilitatea ca imaginile sau fantasmele ce cutreieră mintea să dobândească, prin mecanismele magice

prezentate anterior, o putere covârşitoare, tiranică asupra minţii, stăpânindu-o.

Întunecarea minţii prin televizionare în urma pierderii controlului asupra imaginaţiei, din cauza vizionării permanente, imaginile care tiranizează mintea telespectatorilor nu mai au un caracter neutru, întâmplător, iar noi nu mai suntem doar spectatorii detaşaţi ai unui straniu şi sâcâitor spectacol interior. Este vorba, mai curând, de dezvoltarea întregului proces magic, în care imaginile împing individul spre anumite stări de spirit, spre anumite gânduri obsesive şi spre comportamentele ce decurg din acestea.

Creşterea numărului de crime şi sinucideri, de acte infracţionale fără mobil sau explicaţie, adesea neconştientizate la momentul făptuirii, puse în legătură cu vizionarea TV, constituie cea mai bună dovadă a faptului că televiziunea, ca un adevărat instrument magic, poate duce până la întunecarea şi posedarea minţii telespectatorului.

În urmă cu aproape doi ani, într-unul din orăşelele româneşti, un bărbat împreună cu soţia sa urmăreau un film la televizor. Certându-se pentru o ţigară, bărbatul ia cuţitul de pe masă şi-l înfige în spatele soţiei sale care va muri după câteva ceasuri la spital, odată cu pruncul de 7 luni pe care-l purta în pântece. Care ar putea fi explicaţia unui asemenea gest, în urma căruia bărbatul şi-a distrus tot ceea ce avea mai preţios în viaţă: soţia, copilul sau familia pentru a petrece următorii 15 – 20 de ani în puşcărie? Este întâmplător faptul că această crimă s-a petrecut în timpul vizionării TV, acelaşi context în care se produc, de altfel, sute de mii de certuri în familiile din întreaga lume?

Cei mai puternic influenţaţi de imaginile de la televizor sunt copiii, căci nălucirile ajung foarte repede să pună stăpânire pe mintea lor. În urmă cu un an, în Bucureşti, o fată pleacă la o petrecere care avea loc în casa unei prietene, se duce la maşina tatălui ei şi ia de acolo o sabie de samurai pe care începe să o învârtă

deasupra capului în mijlocul străzii, imitând un personaj bine cunoscut micilor telespectatori – o eroină numită Zina, un personaj cu puteri extraordinare, magice, aflat în comuniune cu puterile „cereşti” După ce este dezarmată cu forţa, fata aleargă acasă de unde ia un cuţit cu care înjunghie doi bărbaţi. Ce se petrecea, oare, în mintea fetei când învârtea sabia deasupra capului asemenea fetei din film? Ce vedea ea în faţa ochilor sau ce-i spunea vocea interioară să facă?

Un băiat de numai 15 ani violează într-unul din parcurile bucureştene doi frăţiori de 7 şi 9 ani. Întrebat de un reporter la închisoarea de la Jilava (Bucureşti) cum s-au petrecut lucrurile, el declară că nu-şi aminteşte nimic. Dar punându-i-se întrebarea cum i-a venit ideea să facă acest lucru, el spune că văzuse cu câteva zile înainte la televizor un film în care un tânăr făcuse exact acelaşi lucru. Vecinii mărturisesc despre el că era un băiat liniştit.

Adelina Galiş (15 ani), elevă la Liceul Anghel Saligny din Bacău, inspirându-se din promo-urile a doua filme, şi-a omorât prietena, o fostă colegă de clasă. Deoarece amândouă fetele învăţau după-amiaza, Adelina s-a dus acasă la Georgiana pentru a o lua la şcoală. În timp ce Georgiana îşi făcea ghiozdanul, Adelinei i-au atras atenţia bijuteriile purtate de prietena ei, bijuterii care i-au stârnit invidia. Atunci, în câteva fracţiuni de secundă, întunecându-i-se mintea, Adelinei i-a venit ideea să-şi omoare prietena, inspirându-se, cum a declarat mai târziu, din imaginile filmelor a căror promo-uri le văzuse în ultimele zile la televizor. Astfel, ea şi-a luat eşarfa de mătase de la gât şi a înfăşurat-o cu iuţeală în jurul gâtului Georgianei, strângând-o cu putere până când aceasta a murit (cca. 10 min.). După aceasta, Adelina a adunat hainele şi bijuteriile colegei sale, pe care le-a adus acasă.

În multe din crimele sau violurile produse în zilele noastre, criminalii declară că în clipa de dinaintea crimei li s-a întunecat mintea şi nu ştiu cum s-a putut întâmpla acel lucru. Cu toate că în general poliţia nu crede această

mărturie, se pare că la cei mai mulţi dintre ei lucrul este adevărat. Pe fondul unei întunecări a minţii, a unei stări de semiconştienţă, are loc crima. Semnificativă şi zguduitoare în acest sens este o întâmplare petrecută în urmă cu câţiva ani în America.

Un copil, după ce a petrecut un timp îndelungat în faţa televizorului uitându-se la filme, adormind, a început să viseze, absorbit cu totul în lumea coşmarului respectiv, care nu era decât o prelungire a filmelor vizionate. Dimineaţa, după ce s-a deşteptat, a căutat puşca tatălui său, după care s-a dus la şcoală unde şi-a descărcat arma omorându-i pe câţiva dintre colegii şi prietenii săi. La scurt timp după terminarea gloanţelor, un coleg supravieţuitor l-a întrebat de ce a făcut lucrul acesta. Micul telespectator ucigaş trezit ca din vis, surprins să se vadă ţinând o puşcă în mână, înconjurat de morţi şi răniţi, nu a ştiut ce să răspundă. Aşa cum a mărturisit mai târziu, după vizionarea filmului de seară, mintea sa nu a mai părăsit lumea acelor imagini, nefiind conştient de ceea ce se întâmplase.

Astfel de exemple nu trebuie căutate peste ocean, căci lumea românească, la 16 ani de la „liberalizarea” mass-mediei, ne aduce săptămânal sau lunar în atenţie cazuri asemănătoare. Cazul lui Cristian, băiatul care sub imperiul fantasmelor filmelor de groază şi-a omorât surioara nu este singular.

La numai o săptămână după drama prin care trecea familia lui Cristian, un băiat din Cristeşti – Iaşi s-a spânzurat „din curiozitate” fiindcă voia să vadă cum este să fie donat, iar înainte cu o lună un alt copil se aruncase de la etaj fiindcă ştia – după cum văzuse într-un film de desene animate – că „cei care se aruncă în gol nu păţesc nimic”.

La toţi copiii amintiţi anterior imaginile sau fantasmele zămislite în minte în urma vizionării au rămas în interiorul acesteia. Puterea lor a devenit atât de mare, încât pe doi i-a condus la sinucidere şi pe altul la crimă. Dintre cele trei cazuri, cel al lui Cristian este însă cel mai

semnificativ. De altfel, supravieţuirea sa ca martor principal ne-a dat posibilitatea să aflăm ce s-a întâmplat în mintea copilului în timpul săvârşirii crimei.

În primul rând, trebuie observat că adolescentul Cristian era pasionat de film, astfel că el îşi dezvolta şi îşi hrănea permanent câmpul fantastic. Puterea fantasmelor asupra minţii se vădeşte încă dinaintea crimei, în visele care-l determinau să umble noaptea ca un somnambul prin cameră.

Până în clipa în care şi-a omorât surioara, Cristian făcea parte dintre aceia care-şi consumă dorinţele secrete doar în spaţiul fantastic al filmului. Fiind copil, se poate bănui că atât dorinţa de bogăţie, cât şi cea sexuală sunt mai puţin dezvoltate. Câmpul fantastic din minte se hrăneşte însă cu imaginile de violenţă şi de groază din filmele văzute, cu toate că, privit din exterior, copilul părea să fie unul liniştit. Totul până când acea fantasmă a mascatului dobândeşte suficientă putere ca să-i ordone, pe fondul de întunecare a minţii, omorârea surioarei.

De fapt, cine este cel pe care-l vede în vis Cristian? Pe el însuşi deghizat ca şi mascatul sau pe însuşi mascatul cu care mintea lui s-a identificat? Este, după cât se pare, un caz tipic de vrăjire a minţii în care persoana este deposedată de propria subiectivitate, mintea fiind înrobită complet de fantasma primită şi crescută în ea.

Iată cum descrie Culianu, după M. Ficino, acest fenomen de posedare magică: „Fantasma care monopolizează activităţile sufletului este un obiect. De vreme ce omul este suflet, iar sufletul este în întregime ocupat de o fantasmă, aceasta din urmă devine de aici înainte suflet. Urmează de aici că subiectul, lipsit de suflet, nu mai este subiect: vampirul fantastic l-a devorat din interior. Dar mai urmează că şi subiectul s-a transferat acum asupra fantasmei care este imaginea celuilalt” (*Culianu* 1999: 60), obiectul atracţiei sale în perspectivă creştină, acesta constituie un caz clasic de posesiune demonică.

Exemple asemănătoare cu cele de mai înainte se întâlnesc tot mai des în ziare sau pe posturile de televiziune de la noi sau din toată lumea. Uneori se dovedeşte că televiziunea, Internetul sau jocurile pe calculator sunt principalii factori în declanşarea violenţei, mai cu seamă atunci când ar fi greu de ascuns influenţa acestora. Tendinţa canalelor mass-media este de a reda faptele criminale – sinucideri, violenţe nejustificate raţional sau logice –, oferind explicaţii sau mobiluri ridicole, ascunzându-şi propria complicitate la săvârşirea lor.

Pentru a înţelege forţa pe care imaginile TV o au în înrâurirea vieţii psihice a omului de astăzi, nu trebuie căutat prea departe. Este suficient să privim cu mai multă atenţie şi luciditate în jurul nostru, poate chiar în familie, pentru a sesiza apariţia unor comportamente inexplicabile sau chiar a unor ciudăţenii.

Nenumăraţi copii vorbesc astăzi noaptea în somn, intrând într-un dialog mai mult sau mai puţin coerent cu personaje imaginare, preluate uneori din filmele văzute. Nu rareori se întâmplă să strige în timpul somnului, să se trezească brusc, speriaţi. Sperietura persistă, devenind pentru mulţi o adevărată obsesie. După trezire, în cele mai multe cazuri, copiii nu-şi amintesc nimic.

Acestea demonstrează încă o dată faptul că filmele văzute la televizor se întipăresc în subconştient, de unde pot reveni la suprafaţa conştientului pentru a influenţa viaţa minţii. Somnul cu vise este perioada în care zidul dintre subconştient şi conştient este parţial înlăturat. Astfel, scenariile sau fantasmele subconştientului pătrund sub formă de vise în orizontul semiconştient al minţii adormite şi se pot juca cu ea ca şi cu un copil neputincios. Vorbitul în somn, agitaţia, neliniştea sau sperietura care apar la micii telespectatori în timpul nopţii sunt semne care ne pot indica gradul în care subconştientul lor este dominat de imaginile de la televizor. Mulţi părinţi, nedormind în aceeaşi cameră cu copiii, nu cunosc aceste

fenomene, care sunt tot mai frecvente astăzi, alţii îi duc pe copii la vraci sau la doctori. Primii îi descântă, iar cei din urmă le dau medicamente, în general, somnifere, eludând cel mai adesea adevărata cauză.

Ţărani sau intelectuali, muncitori sau milionari, ne este greu să acceptăm că imaginile de pe micul ecran sau de pe calculator (jocuri video, Internet) pot cauza o asemenea dezordine în viaţa mentală a copiilor noştri. Aceasta cu atât mai mult cu cât noi înşine suferim din cauza imaginilor sau a gândurilor cu care în mod generos televiziunea ne-a inundat subconştientul şi de unde acestea revin sub diverse chipuri, legat contextual de viaţa noastră personală. Ele revin pentru a ne tulbura liniştea, ne dau permanent târcoale, preocupându-ne tot timpul până la epuizare.

Gânduri de suspiciune faţă de alţii, dorinţe neîmplinite, plăceri care ne îndulcesc imaginaţia, nevoi sau probleme false, stări de frustrare, de nefericire, de iritabilitate, oboseală şi uzură psihică sunt caracteristicile vieţii minţii omului modern. Chiar dacă şi altele sunt cauzele apariţiei acestor fenomene, televiziunea sau mass-media joacă rolul principal. Toate acestea îi aduc pe oameni într-o stare de permanentă nelinişte, nemulţumire faţă de ei înşişi sau faţă de cei din jur, la o irascibilitate accentuată care conduce la tot mai multe ciocniri sau certuri cu cei apropiaţi. De aici până la gesturi care mai târziu vor fi regretate profund, nu mai este decât un pas.

Sub imperiul nălucirilor născute în minte prin televizionare, şi care ulterior irump din subconştient cutremurând până la dezagregare mintea omului contemporan, explodează mânia al cărei foc incendiar se stinge în violenţe fizice de diferite intensităţi care adesea conduc până la violuri şi ucideri. După consumarea actului, omul revenindu-şi în fire, asemenea bărbatului care şi-a ucis soţia cu pruncul în pântece, nu poate înţelege cum s-a putut ajunge până acolo, însă este prea târziu. Mass-media se mulţumeşte cu relatarea senzaţională a cazului,

psihiatrii cu diagnosticarea bolii psihice, psihologii pot descoperi un caracter criminal, iar mulţimea telespectatorilor se implică empatic, trăiesc suspansul, dramatizarea cazului respectiv în contextul unui reportaj televizat.

Despre războiul nevăzut al minţii, în care aceasta este luată prizonieră sau împinsă, dusă până la distrugere sau autodistrugere de nălucirile ucigaşe, nu se vorbeşte deloc. Ce ar însemna oare ca mass-media să facă până la capăt o anchetă asupra acestui fenomen, care să demonstreze că ea însăşi este principala cauză? însăşi televiziunea ar putea sugera atunci reducerea orelor de vizionare sau eliberarea omului de sclavia televizualului?

— Ă-Faptul petrecut pe data de 22 decembrie 2002, în Marea Britanie, ne oferă un material documentar extrem de sugestiv, care ne arată până unde poate ajunge vrăjirea prin televizor. În preajma Crăciunului acelui an, Alain Menzies (22 ani) din Fouldhouse (Anglia) îl omoară cu o bâtă pe prietenul său Thomas McKendrick (21 ani), după ce în prealabil se uitaseră împreună la un film cu vampiri.

În timpul interogatoriului, Menzies afirmă că şi-a ucis prietenul în urma unui ordin primit din partea femeii vampir din filmul *Queen of the Damned*. Vizionând acest film de nenumărate ori, Menzies susţine că de la o vreme era vizitat de personajul principal al filmului – o femeie vampir cu numele Acasha. În urma discuţiilor cu aceasta, a încheiat o înţelegere conform căreia el devenea nemuritor, dacă omora oameni şi le bea sângele.

Menzies a declarat în faţa corpului de judecată al Curţii din Edinburgh că, după ce l-a ucis pe prietenul său, a devenit vampir, iar în cazul în care nu ar fi fost arestat, ar fi omorât şi alte persoane pentru a le bea sângele, căci numai astfel ar fi putut obţine puterea de a deveni nemuritor.

Acest caz evidenţiază punctul extrem la care ne poate împinge magia televizualului. Personajul din film nu

rămâne doar la nivelul unei imagini interioare, a unei năluciri care-l poate influenţa pe om numai în starea de vis, precum în cazul lui Cristian, sau în stările alterate de conştiinţă când omul nu este deplin conştient. Aici fantasma începe să se facă prezentă chiar şi în viaţa cotidiană a individului.

Allan Menzies nu este un copil care ucide din neputinţa de a distinge între realitate şi imaginar. El o vede aievea pe femeia vampir, discută cu ea, stabileşte o înţelegere şi, în final, ajunge să-i asculte cu obedienţă ordinele, omorându-şi prietenul. Allan Menzies este cazul limită până la care poate merge procesul de vrăjire şi de posedare a minţii oamenilor de către fantasmagoriile televizualului. El urmăreşte de zeci de ori filmul în lunile de dinaintea crimei, şi astfel îşi hrăneşte câmpul fantastic dezvoltat de acesta în interiorul minţii. Ajunge dependent de realitatea filmului care devine parţial realitatea sa cotidiană. Raţiunea este subjugată, la fel ca şi procesul imaginativ, iar prin vizionarea repetată este slăbită bariera de protecţie dintre conştient şi subconştient, astfel încât personajul din film, femeia vampir, coboară de pe ecran sau urcă din adâncurile inconştientului pentru a pătrunde în viaţa cotidiană a telespectatorului.

Acesta nu este un caz izolat. În zilele noastre, sute de mii de oameni sunt tulburaţi sau marcaţi de astfel de viziuni. Medicina îi clasifică pe toţi fără ezitare cu diagnosticul de schizofrenie. Numai în SUA în anul 1998 erau înregistraţi oficial 2.500.000 de schizofrenici. (*Schizophrenia Bulletin* 1998).

Şi totuşi, în cazul lui Allan Menzies, în urma expertizei medicale, doctorii nu au putut depista nici măcar urmele vreunei schizofrenii. Cum s-ar putea atunci explica materializarea femeii vampir în lumea cotidiană a tânărului englez? Are acea plăsmuire un caracter obiectiv, o existenţă de sine, independentă de procesul imaginativ al telespectatorului?

De asemenea, ne putem pune întrebarea: De ce în

toate situaţiile amintite şi în cele pe care le întâlnim în viaţa noastră nălucirile îl conduc pe om nu către organizarea vieţii psihice, ci către dezagregarea acesteia, nu spre a face binele, ci exclusiv la desfrânate, la obţinerea plăcerii, la certuri şi violenţă. Există oare o intenţionalitate, o conştiinţă subiectivă, de tip exclusiv negativ, distructivă pentru viaţa omului în acţiunea fantasmelor – nălucirile care pătrund sau se nasc în minte sub înrâurirea imaginilor TV? Oare influenţa negativă pe care televiziunea o are asupra minţii omului poate fi considerată o înrâurire de natură demonică?

Cu toate că am acordat un spaţiu larg fenomenului magic în tratarea chestiunii TV, am ocolit cu bună ştiinţă până acum aducerea în discuţie a posibilităţii unei înrâuriri demonice prin intermediul vizionării TV, deoarece într-o primă fază fenomenul magic poate fi cercetat sau analizat făcând abstracţie de lucrarea maleficului. De altfel, oamenii rareori conştientizează că în spatele fantasmagoriilor care le cutreieră minţile ar putea să se ascundă forţe malefice. Aceste fenomene ajung să fie cunoscute sau experimentate ca atare doar de aceia care se adâncesc mai mult în lucrarea magicului sau de cei care, dimpotrivă, prin Biserică, conştientizează răul şi se păzesc de lucrarea lui.

În orice tratat de vrăjitorie se recunoaşte faptul că, în operaţiunile magice, un rol important îl au spiritele (fie că sunt numite benefice sau malefice). Cu ajutorul lor sau prin ele sunt transmise fantasmele, sunt stimulate dorinţele, este înrobită raţiunea şi omul este determinat sau împins la împlinirea acţiunii dorite de mag (*Culianu* 1999: 176). Este imposibil pentru vrăjitorul tradiţional să transmită imaginile-fantasme numai prin puterea minţii sau numai prin acţiuni fizice.

Pentru magul modern însă, fie el scenarist, regizor sau actor, tehnologia sau ştiinţa televizualului facilitează în mod perfect această producere şi transmitere a fantasmelor către mintea telespectatorului, astfel că s-ar

putea bănui că spiritele nici nu sunt invocate, nici nu colaborează la influenţarea magică a minţii oamenilor. Tehnologia, ar putea să se creadă, înlocuieşte complet serviciul pe care-l puteau face demonii vrăjitorilor de odinioară. Şi totuşi, acest lucru nu este complet adevărat. Deşi imaginile-fantasmă pot ajunge în mintea omului fără intermedierea spiritelor întunericului, aceste duhuri pot juca un rol important în celelalte etape ale vrăjirii, în dobândirea autonomiei fantasmei în interiorul minţii şi mai departe.

Pentru a vedea dacă vizionarea TV favorizează intervenţia sau lucrarea puterilor întunericului, trebuie abordate mai întâi alte două fenomene corelate cu magia şi cu televiziunea: consumul de droguri şi schizofrenia.

Televiziunea şi drogurile

Anii ’60 inaugurează în SUA apariţia unui fenomen care, în următoarele decenii, avea să zguduie întreaga societate occidentală. Este vorba de răspândirea rapidă a consumului de droguri între tinerii noii generaţii. Ceea ce mai înainte cu 10 ani nu constituia decât un fenomen izolat, devine în numai câţiva ani, între 1960 şi 1970, una dintre problemele majore ale societăţii americane.

Numeroşi psihologi şi sociologi au început să se întrebe şi să cerceteze care ar putea fi cauza acestei adevărate explozii a consumului de droguri şi de ce tocmai în această perioadă din istoria societăţii americane.

Răspunsul pe care-l dă Maria Winn, un cunoscut psihopedagogamerican care s-a ocupat de problema efectului avut de televiziune în viaţa copiilor, se bazează pe o observaţie simplă. Generaţia anilor ’60 este prima generaţie care a crescut cu televizorul. „Copiii acestei generaţii sunt primii care au crescut cu mult televizor. Uitatul la televizor sau televizionarea a fost experienţa definitorie pentru viaţa şi conştiinţa noii generaţii, experienţă care îi diferenţiază profund pe aceşti tineri de cei din generaţiile anterioare.

Se pare, afirmă Maria Winn, că transformările

petrecute în creier şi în orizontul de conştiinţă în timpul vizionării TV sunt similare cu cele induse de drog. Ani de zile petrecuţi în faţa televizorului, o activitate care spală creierul şi adânceşte conştiinţa într-o stare nenaturală, oferă unei întregi generaţii premisele altor experienţe care generează aceleaşi stări mentale" (Winn 1996: 101).

Concluziile Mariei Winn sunt împărtăşite şi de McLuhan care este însă mult mai ferm afirmând că pentru societatea care a revenit la obiceiurile tribale prin impactul mijloacelor de comunicare electrice, în principal a televiziunii, „libertatea sexuală este la fel de normală ca drogurile (...). Ele sunt mijloace normale de uşurare a tranziţiei culturale, precum şi o scurtătură spre vârtejul electric.

Starea de excitare pe care ţi-o dă consumul de droguri este intim legată de impactul cu mijloacele electrice. Gândiţi-vă doar la metafora stării de euforie: *turn on*, («a se aprinde»). Îţi aprinzi conştiinţa prin droguri, la fel cum îţi deschizi toate simţurile şi te laşi purtat spre starea de implicare profundă şi totală atunci când aprinzi televizorul.

Consumul de droguri este stimulat de mediul atotcuprinzător al informaţiei totale de astăzi, cu mecanismul său de conexiune inversă, călătoria în interior. Aceasta nu se înfăptuieşte doar cu ajutorul LSD-ului, ci este experienţa universală a celor care urmăresc televizorul.

LSD înseamnă un mod de a mima lumea electronică invizibilă; (...) Atracţia faţă de drogurile halucinogene este un mijloc de a realiza empatia cu pătrunderea noastră în mediul electric, el însuşi o călătorie în interior, nemijlocită de droguri. (...) Prin urmare, este de înţeles de ce tinerii retribalizaţi (prin TV, în viziunea lui McLuhan) se simt atraşi de droguri precum raţa de apă" (McLuhan 1997: 246).

În ultimele decenii, cercetările asupra creierului şi psihicului uman au avansat mult. Se ştie, spre exemplu, că,

din punct de vedere neurologic, atât în timpul privitului la televizor, cât şi în perioada următoare consumului de droguri activitatea creierului este caracterizată de o predominanţă a undelor alfa şi de o intensificare a activităţii emisferei drepte în paralel cu reducerea activităţii emisferei stângi.

În alte studii se demonstrează că vizionarea TV este o activitate care creează dependenţă la fel ca şi consumul de droguri. Mai mult, Wess Moore (*Moore* 2001: 59 – 66), în studiul său *Televiziunea*: *Opiul popoarelor*, expune rezultatul unor cercetări care arată că, în timpul când se priveşte la micul ecran, în creier sunt secretate endorfinele (*Wurtz* 1992: 266) (numite şi peptide de tip opioid), nişte hormoni care acţionează asupra aceloraşi receptori opioizi ca şi narcoticele (Vezi vol. I.).

Din orice punct de vedere am compara vizionarea TV cu starea halucinatorie indusă de drog, am găsi o asemănare semnificativă. Diferă nu atât natura experienţei, cât gradul sau intensitatea implicării sau a efectului. În ambele experimente, mintea este captivată şi purtată într-o călătorie într-un spaţiu fantastic al imaginilor. Logica filmului de pe micul ecran este dată de producătorii programelor sau a emisiunilor respective, pe când în celălalt caz logica este stranie şi necunoscută. În timpul acestei călătorii imaginare, mintea este mai mult pasivă decât activă, iar raţiunea este mult diminuată. În ambele cazuri imaginile copleşesc vederea minţii şi provoacă emoţii, plăcere sau durere, atracţie sau teamă, euforie sau angoasă, mai puţin puternice în cazul televiziunii, extrem de intense în cel al drogurilor. În ambele cazuri, imaginaţia este excitată la maximum, ea reproducând imaginile din subconştient sau pe cele primite de la televizor, în loc să rămână un instrument al gândirii conştiente. Omul pierde într-un grad mai mic sau total controlul conştient al realităţii.

De-a lungul timpului, vizionarea TV a fost asemănată mai ales cu experienţa halucinatorie dată de drogurile

psihedelice. „S-a demonstrat că drogurile psihedelice modifică chimismul creierului şi că modificarea permite o redistribuire a intensităţilor funcţionale dinlăuntrul acestui organ. Lumea obişnuită reprezentată în creier se reduce în favoarea unui limbaj imagistic în succesiune rapidă (n.n. asemănător celui din videoclipurile TV), care revelează o neobişnuită profunzime a percepţiilor vizuale şi auditive. Spre deosebire de starea de vis sau de euforia alcoolică, conştiinţa psihedelică nu e tulbure, ci adesea mai intensă decât luciditatea normală a stării de veghe”. (*Wurtz* 1992: 232)

Vizionarea TV	Consumul de droguri25
— Stare de relaxare. — Dezvoltarea unei activităţi corticale de tip alfa, cu intensificarea activităţii emisferei drepte şi diminuarea activităţii emisferei stângi.	— Intensă stare de relaxare. — Prezenţa preponderentă a undelor cerebrale alfa. Modificări semnificative în chimia creierului.
— Raţiunea este slăbită, spiritul critic, şi logica sunt diminuate.	— Procesele raţionale sunt reduse mult, până la suspendare.
— Voinţa este temperată, experienţa minţii fiind una pasivă. Atenţia este captată semihipnotic.	— Voinţa este anulată, mintea este complet absorbită, prizonieră lumii imaginilor.
— Omul vede lumea reală prin imaginile de la televizor.	— Apare o distorsiune în percepţia lumii reale, fenomen care poate merge până la halucinaţii vizuale şi auditive.

25 Deşi analiza se referă îndeosebi la drogurile halucinatorii, marea parte a afirmaţiilor sunt valabile şi în

cazul celorlalte droguri.

Imaginaţia deserveşte procesul vizionării, controlul acesteia fiind preluat de imaginile proiectate prin vedere direct pe ecranul interior al minţii.	— Imaginaţia narcomanului este subordonată exclusiv fenomenului halucinatoriu; nu se mai poate vorbi de existenţa unui control conştient al procesului imaginativ.
— Pe parcursul vizionării, se creează o breşă la nivelul subconştientului, inhibându-se totodată controlul raţional al imaginilor ce pătrund înăuntrul minţii.	— Peretele despărţitor dintre conştient şi subconştient este complet înlăturat; imaginile sau nălucirile inconştientului inundă mintea.
— Experienţa produce o emoţie puternică (fascinaţie, plăcere sau spaimă, sentimentul puterii etc.).	— Emoţia, plăcerea sau sentimentul puterii copleşesc mintea, anesteziind aproape în întregime simţul sau percepţia realităţii.
— Apare fenomenul de dependenţă a cărei intensitate este proporţională cu numărul orelor alocate zilnic televizionării.	— Produce dependenţă în funcţie de cantitatea narcoticelor consumate. Consumul de drog este prin excelenţă un comportament care dă dependenţă.
— Efectul puternic dispare odată cu închiderea televizorului sau îndepărtarea ochilor de pe ecran. După întreruperea vizionării, se păstrează totuşi pentru o	— Efectul dispare pe măsură ce drogul se elimină din organism. În comparaţie cu situaţia în care se renunţă brusc la televizor, stările de sevraj – anxietate,

vreme impresiile produse; imaginile, senzaţiile sau emoţiile pot să mai cutreiere un timp mintea şi sufletul telespectatorului.	depresie, nelinişte, agitaţie nervozitate etc. – care apar după eliminarea drogului sunt foarte intense.
— Viziunea este limitată la suprafaţa micului ecran.	— Viziunea ocupă întregul câmp vizual.
— Imaginile de la televizor pot avea corespondenţă în realitate.	Imaginile sunt îndeosebi ficţionale, fantastice sau apare o percepţie distorsionată a realităţii.

Unul din efecte imediate ale vizionării TV este deprinderea minţii cu starea de pasivitate. Miile de ore petrecute în faţa televizorului obişnuiesc omul cu atitudinea pasivă a spectatorului, diminuează iniţiativa personală. Se creează, de asemenea, o dependenţă faţă de toate acele trăiri pe care le furnizează vizionarea, trăiri caracterizate de o puternică aprindere a imaginaţiei şi o surescitare a afectelor. Obişnuindu-se cu această stare de excitare, cu o supralicitare a trăirilor emoţionale, cu plăcerea euforică şi cu sentimentul unei trăiri intense, telespectatorii nu se mai pot bucura, în mod firesc, de viaţa din lumea reală, o lume care apare tot mai aridă, mai monotonă şi plictisitoare (*Kubey* & *Csikszentmihályi* 1990). Toate acestea constituie premisele neuropsihologice ale recurgerii la mijloacele care favorizează evadarea în imaginar, întoarcerea în lumea trăirilor intense, a emoţiilor puternice.

Prin vizionarea TV, telespectatorul îşi cultivă apetitul şi chiar dependenţa de o existenţă imaginară, fantastică, pe care o va regăsi nu numai în drogurile psihedelice, dar şi în psihotehnicile şi exerciţiile de meditaţie orientală, în practicile de tip magic, cum sunt cele gnostice sau şamanice. Astfel poate fi explicată atracţia pe care noile

generaţii o resimt faţă de droguri sau faţă de oricare altă tehnică ce presupune o evaziune în imaginar.

În condiţiile în care privitul la televizor constituie un prim pas în pătrunderea omului modern în lumea inconştientului, a imaginilor fantastice, a emoţiilor şi a aprinderilor simţuale, iar drogurile şi practicile magice de tip oriental înseamnă o avântare, o predare pe mâna fantasmelor ce urcă din inconştient, schizofrenia poate fi văzută ca aflându-se la capătul drumului. În contextul acesteia voinţa, raţiunea, conştiinţa omului sunt alterate nu numai pentru o perioadă scurtă (câteva ore în cazul drogului), ci pe o perioadă de câteva luni, ani sau chiar pentru toată viaţa.

Schizofrenia şi televizorul

Schizofrenia este boala mentală în care omul nu mai poate percepe lumea exterioară şi realitatea aşa cum sunt acestea de fapt, ci distorsionat, într-un grad mai mare sau mai mic, în funcţie de gravitatea bolii. Schizofrenicul trăieşte şi judecă după lumea din mintea lui, alta decât cea reală. „După definiţia lui P. Janet şi a lui C.G. Jung, devenită de acum încolo clasică, schizofrenia se caracterizează prin reducerea nivelului mental, printr-un scurtcircuit între existenţa onirică şi existenţa diurnă, între lumea fantasmelor noastre interioare (subconştient sau inconştient) şi lumea reală” (*Culianu* 1999: 170).

Schizofrenia ca şi drogurile psihedelice operează o deschidere între conştient şi subconştient, permiţând inundarea orizontului minţii conştiente cu imagini şi fantasme ce izvorăsc din inconştient. Este vorba de o stare alterată de conştiinţă, în care mintea se află situată între lumea exterioară pe care o percepe prin vedere şi cea a fantasmelor inconştientului. Datorită însă asaltului primit prin poarta lăsată deschisă lumii inconştientului, mintea îşi pierde parţial sau total capacitatea de a mai lua contact conştient cu lumea exterioară. Faţa conştiinţei este întunecată de mulţimea nălucirilor care nu o mai lasă să vadă dincolo de ele.

Boala nu este nouă, dar poate că niciodată în istorie răspândirea ei nu a fost atât de mare ca astăzi. De altfel, dacă afecţiunile neurologice predominau în patologia bolilor mentale a secolului al XIX-lea, cele psihice, între care schizofrenia este una dintre cele mai grave, sunt afecţiunile caracteristice vremurilor noastre. Pentru schizofren nu se mai poate pune problema dacă vrea sau nu să aibă o experienţă fantastică, precum se întâmplă cu cel care aprinde televizorul sau cu cel care se drogheză. El nu caută o asemenea experienţă, ci practic este stăpânit, prizonier al acestei lumi fantastice, chiar dacă ar vrea cu toată puterea să se întoarcă în lumea reală.

Numeroşi doctori psihiatri acordă cu generozitate acest diagnostic în aproape toate situaţiile în care este semnalată o percepţie distorsionată a realităţii; atunci când, spre exemplu, cineva, precum Cristian sau Allan Menzies, vede sau conversează cu un personaj imaginar, când este percepută o altă realitate, precum s-a întâmplat cu băiatul care s-a aruncat pe fereastră sau când cineva încearcă să se sinucidă în urma unei viziuni. Este foarte simplu să arunci în spatele unei boli toate fenomenele psihice care nu pot fi explicate din punctul de vedere al ştiinţei pozitive, este mult mai uşor decât să cauţi cauzele reale ale fenomenului.

Astfel, în situaţia lui Cristian, şi se înregistrează anual din ce în ce mai multe cazuri asemănătoare numai în România, este mai simplu şi mai „înţelept” să fie testat copilul pentru a se constata eventuala prezenţă a unei boli psihice, decât să fie analizate mesajele din filmele de groază şi mecanismele prin care acestea pot declanşa un fenomen de tip schizofrenic, adică fantasme ce pot poseda mintea copiilor. Deşi medicii, de teama mass-mediei, a doua putere în stat (*Ramonet* 2000: 44), nu îndrăznesc să acuze televiziunea, se pare că telespectatorii care ajung la o percepţie schizofrenă asupra realităţii, mai cu seamă din rândul copiilor, se înmulţesc îngrijorător în toată lumea. Cu toate că răspândirea sindromului schizofrenic în societatea

modernă se poate datora mai multor cauze, faptul că la numeroşi oameni această afecţiune a debutat în timpul vizionării sau ulterior acesteia, dar în legătură cu ceea ce fusese vizionat, ar trebui să ne dea de gândit.

În abordarea relaţiei existente între vizionarea TV şi schizofrenie, J. Mander porneşte de la relatarea unui fapt petrecut pe data de 27 septembrie 1973, în America, atunci când un tânăr, după ce a pătruns în clădirea postului de televiziune KGO – TV, a deschis focul şi a reuşit să omoare un agent de publicitate care lucra în acel loc, înainte de a fi el însuşi omorât de poliţie. De-a lungul anilor, omul fusese internat de mai multe ori în spitale de psihiatrie, plângându-se întotdeauna de faptul că în urma unei operaţii secrete îi fusese implantat în creier un minuscul aparat de emisie-recepţie ale cărui transmisiuni nu-i dădeau pace niciodată.

Pentru că nu putea opri emisia – filmul sau coloana sonoră – tânărul ajunsese, după propriile spuse, la o stare de disperare care mergea până la nebunie. Pentru a scăpa de semnalul postului recepţionat de către minusculul aparat ce-l purta, după spusele lui, în creier, tânărul a făcut o călătorie până în Hawaii, această tentativă rămânând însă fără succes. În cele din urmă, a încercat să întrerupă transmisia deschizând focul asupra lucrătorilor de la postul de televiziune amintit.

„Deşi nu mulţi pacienţi cu probleme psihice, observă J. Mander, merg atât de departe, încât să deschidă focul în posturile de radio sau TV, numărul persoanelor afectate care afirmă că nu pot scăpa de emisii creşte vădit pe zi ce trece” (*Mander* 1978: 108).

Psihiatrul J. Cower, luând în discuţie această problemă, prezintă şi analizează un caz tipic, semnificativ pentru relevanţa lui. În buletinul clinicii din Menninger, el descrie o pacientă care, pe o perioadă de câteva luni, cât a fost internată în spital, se referea obsesiv la semnalele televiziunii. De fiecare dată când aborda acest subiect, pe faţă i se întipărea teama sau chiar teroarea. Femeia

povesteşte că fusese „controlată, persecutată şi chiar torturată de televiziune” împreună cu alţi pacienţi, ea trăia experienţe de „clarviziune” mediate sau iniţiate prin intermediul televiziunii, adică imaginile văzute la televizor declanşau procesul halucinatoriu, iniţiau viziunea.

În discuţiile purtate cu doctorii, femeia descria televiziunea ca pe o „maşină a unei puteri infinite, infernale care pretinde în mod inexorabil ca şinele înstrăinat din punct de vedere material să se exprime prin ea...” (*Mander* 1978: 109) Ea se vedea pe sine în diferite feluri, fie ca una care căzuse „pradă unui fel de drog, era înlănţuită de ceva” (*hooked*), fie „înregistrată”, tivită, prinsă în televiziune, în derularea imaginilor şi a scenariilor micului ecran (*troped* în *television*). „Totul ar fi în regulă dacă ei ar închide televizorul, spunea femeia” (*Mander* 1978: 109). Cu alte cuvinte, televiziunea era percepută ca un instrument al depersonalizării, al absorbţiei sinelui, al anulării intenţionalităţii subiective, în care omul devine doar un terminal, un mădular ce ajunge să trăiască sau să se exprime prin televizor sau unde pseudorealitatea lumii TV devine propria realitate de conştiinţă.

Bolnavii psihic, cei aflaţi în stări de regresie mentală, observă doctorul Cowen, au tendinţa de a identifica un instrument anume ca sursă a problemelor psihice pe care le întâmpină. Tot el constată că, surprinzător, „de la apariţia ei, televiziunea a devenit o trăsătură frecventă în patologia clinică a bolnavilor psihic” (*Mander* 1978: 109). Adică, adesea bolnavii indică drept sursă a răului, drept mecanism infernal, însăşi televiziunea. De ce, dintre toate maşinăriile sau obiectele care-l înconjoară pe om, tocmai televiziunea este identificată de către bolnavii psihic drept instrument şi cauză a răului pe care îl suferă?

Această percepţie distorsionată a televiziunii, care apare la mulţi dintre bolnavii mental, este explicată de doctorul Cowen printr-un joc de cuvinte care surprinde, de altfel, esenţa acestui fenomen. Însuşi cuvântul televiziune

(*television*) ne indică, spune psihiatrul american, cauza implicării televiziunii în descrierile bolnavilor prin citirea acestui cuvânt într-un mod puţin diferit, adică „tell-a-vision” – „a înfăţişa sau a comunica o viziune”.

Dacă viziunile sunt, în esenţă, cauza distorsiunilor de percepţie trăite de schizofrenici – vedeniile care invadează în mod necontrolat mintea – devine uşor de înţeles motivul pentru care televiziunea, o maşină ce comunică sau înfăţişează o viziune, să fie atât de des experimentată şi invocată de bolnavi ca origine şi instrument al răului.

De asemenea, este firesc ca nişte oameni labili psihic să perceapă televiziunea ca pe un instrument al agresiunii, atâta timp cât ea dezorganizează procesul de gândire, creşte confuzia din mintea oamenilor, favorizează o stare sau un fenomen halucinatoriu şi stresează mintea până la epuizare.

Prin urmare, în condiţiile în care televiziunea poate constitui cel puţin un factor de agravare, dacă nu chiar unul declanşator, al unei boli psihice, este firesc ca aceia care suferă de boli mentale, nerealizând care este cauza afecţiunii, a nălucirilor ce îi terorizează, să arunce această vină asupra unei maşinării, a unui mecanism înrudit din multe puncte de vedere cu cel care stă la originea sindromului schizofrenic.

Vizionarea TV – o experienţă anticipată în viziunile bolnavilor de schizofrenie încă dinaintea apariţiei televiziunii

Pentru a putea înţelege mai bine sindromul schizofrenic şi legătura pe care acesta o poate avea cu vizionarea TV, vom aduce în atenţie mărturia unui psihiatru care la începutul secolului, cu mult înaintea apariţiei televiziunii, aducea fără să-şi dea seama o dovadă de-a dreptul şocantă a înrudirii celor două fenomene.

În articolul On the origin of influencing machine publicat în 1919 şi citat de Jerry Mander în cartea sa, psihiatrul Victor Tausk scria următoarele: „un număr considerabil de pacienţi spun despre problemele lor că

sunt provocate de o «maşină de influenţat» controlată de forţe străine. Aceşti străini se exprimau prin nişte sisteme de credinţe care se impuneau ca ameninţătoare, înspăimântătoare şi copleşitoare faţă de credinţa şi sistemul de valori ale pacientului şi care erau implantate cu forţa în mintea acestuia.

De regulă maşinăria de influenţat, descrisă de pacienţii lui Tausk, are nişte mecanisme uriaşe şi tot felul de alte componente. Adesea, ea este capabilă să proiecteze imagini şi raze invizibile care se pot cumva imprima pe creier. În mod frecvent, imaginile emană dintr-o «cutie neagră mică» şi nu sunt tridimensionale, ci plate. Maşinăria şi cele ce ies din ea pot produce victimei sentimente şi gânduri, alungând altele, după cum spune Tausk, «prin nişte raze sau forţe misterioase pe care pacientul nu are îndeajuns de multe cunoştinţe de fizică pentru a le explica. Ea creează senzaţii care în mod total nu pot fi descrise fiindcă îi sunt străine (necunoscute, neobişnuite) pacientului însuşi, şi care sunt percepute în parte ca fiind electrice, magnetice sau provocate de curenţi de aer». În scurtă vreme, relatează Tausk, victima nu mai poate distinge informaţiile – sentimente, gânduri, senzaţii, amintiri – primite de la această sursă «exterioară» de cele generate de ea însăşi sau ca rezultat al experienţei şi descoperirilor personale.

Ipoteza lui Tausk, asemănătoare cu cea a lui Cowen, este că pacienţii produc această fantezie a maşinăriei ca o manifestare exterioară a confuziei care există înăuntrul lor cu privire la lumea exterioară şi cea interioară; lumea propriilor gânduri şi lumea concretă din afara persoanei.

Această confuzie îşi are rădăcinile în primii ani ai copilăriei, spune Tausk. La o anumită vârstă, copilul caută să descopere realitatea aflată dincolo de lumea părinţilor săi, doreşte să ia legătura cu lumea exterioară, astfel că începe să exploreze. În măsura în care reuşeşte, copilul învaţă să înţeleagă, să integreze şi să prelucreze (să «proceseze») lumea cu care intră în contact, de care a luat

cunoştinţă. El învaţă să facă distincţia între impulsurile, imaginile şi experienţele legate de lumea din afară şi cele care sunt generate în întregime de el însuşi, imaginativ, «plutitoare», care nu au rădăcini în lume. Dacă totuşi copilul a făcut această diferenţiere, atunci proiecţiile minţii sale pot fi distinse şi identificate. Aceasta se cheamă sănătate psihică.

Schizofrenicul, afirmă Tausk, nu reuşește să facă această deosebire şi nu îşi poate da seama care imagini provin din mintea sa şi care sunt legate de experienţe din lume. În acest moment, toate experienţele, fie cele generate lăuntric, fie cele rezultate în urma unei interacţiuni cu lumea, sunt la fel. Proiecţiile minţii dobândesc aceeaşi calitate ca şi experienţa directă a lumii. Nu te mai poţi încrede nici în experienţa aceasta directă, nici în propriile procese de gândire. Ambele devin «plutitoare», dezrădăcinate. Toate lucrurile sunt în aceeaşi măsură interioare şi exterioare.

În acest punct, sugerează Tausk, pacientul va crea o fantezie – «maşina de influenţat» –, ca o proiecţie materializată a confuziei din mintea lui. Capabilă să implanteze imagini care iau forma unor raze, capabilă să implanteze realităţi străine, din afara experienţelor personale, capabilă să îi schimbe sentimentele, această maşinărie îl face pe pacient să cadă într-o desăvârşită confuzie cu privire la ceea ce este real şi ceea ce este ireal, ceea ce este lăuntric şi ceea ce este exterior.

Fără îndoială, aţi observat, ne atenţionează J. Mander, că această «maşinărie de influenţat» sună izbitor a televizor. Cum putea exista acest fenomen în anul 1919, înainte ca acest aparat să fi fost inventat rămâne un mister. Să îndrăznesc să sugerez că televizorul a fost inventat de oameni cu preocupări asemănătare, ca o manifestare exterioară a minţilor lor?” (*Mander* 1978: 111)

Atât de incredibilă pare mărturia lui Tausk, încât, dacă ea nu ar fi fost făcută cu câteva zeci de ani înaintea apariţiei televiziunii, s-ar fi putut suspecta ori faptul că

bolnavii s-au inspirat din realitatea TV în descrierile lor, ori că doctorul Victor Tausk ar fi inventat această poveste pentru a denigra televiziunea.

Deşi autenticitatea rezultatelor obţinute de doctorul Victor Tausk prin observarea bolnavilor de schizofrenie nu poate fi contestată, mulţi dintre cititorii acestor rânduri vor putea face următoarea obiecţie: faptul că schizofrenicii identifică şi afirmă că ar avea în minte un fel de televizor care emite încontinuu şi este controlat de forţe străine nu înseamnă că aceia care se uită la televizor trebuie să ajungă schizofrenici. Este adevărat. Nu toţi cei care se uită la televizor se îmbolnăvesc de epilepsie sau de schizofrenie, ci poate doar cei care au o sensibilitate mai mare la comunicarea televizuală sau o anumită labilitate psihică.

Aceasta nu înseamnă însă că televizorul nu poate cauza la majoritatea telespectatorilor, mai cu seamă la cei înrăiţi (în jur de 4 ore zilnic) tensiuni sau descărcări nervoase, dezordine mentală sau o percepere distorsionată a lumii reale.

Televiziunea cultivă o percepţie distorsionată a lumii reale

Copiii sunt primele victime, deoarece ei încă nu au dobândit capacitatea de a discerne între realitate şi imaginar. Ei cred tot ce văd, lucru pe care fiecare părinte îl poate observa la propriii copii care sunt lăsaţi să se uite la televizor (Winn 1996: 150). Ei se află în perioada descrisă de Tausk, în care învaţă să deosebească produsele propriei imaginaţii de lumea reală, îşi dezvoltă reţelele neuronale competente să distingă între o experienţă imaginară şi una reală, între imaginile din minte, lumea fantastică şi cea în care trăiesc. Creierul lor se află în stadiul dezvoltării structurilor fundamentale de judecată, analiză, înţelegere, logică etc.

Această confuzie între real şi imaginar, pe care o induc imaginile TV (nici real pur, nici 100% fantezie), dacă nu-l duc pe copil la declanşarea unui sindrom schizofrenic

sau chiar la moarte prematură, precum s-a întâmplat cu copiii amintiţi anterior, este în măsură să modeleze la nivelul neurologic (structura reţelelor neuronale) precum şi la cel psihic, tendinţa de a confunda sau prefera lumea proiectată în minte celei reale. Astfel, se poate explica neputinţa tinerilor noilor generaţii de a se integra în societate, de a înţelege şi a se adapta lumii în care trăiesc, ducând o viaţă firească, aşa cum au trăit-o oamenii întotdeauna, cu bucuriile şi necazurile inerente.

Lumea din minte, una ideală a plăcerilor, a confortului şi divertismentului, construită din imaginile TV, devine mai reală decât realitatea, căci ea este preferată, dorită şi greu de părăsit, este lumea mitică a tinerilor care au crescut cu televizorul. Astfel se poate observa la aceşti oameni o tendinţă permanentă de refugiere sau evaziune în imaginar, fie prin băutură, drog, sexualitate, practici orientale, fie prin televiziune, jocuri pe calculator sau internet. Realul nu mai are consistenţă, deoarece prin vizionarea TV oamenii îşi pierd într-o măsură mai mică sau mai mare capacitatea de a-l percepe şi de a-l accepta aşa cum este, modelându-şi viaţa după datele acestuia.

Discrepanţa dintre lumea reală şi aceea care se înstăpâneşte în mintea tinerilor este atât de mare, încât devine tot mai probabilă sacrificarea celei dintâi în favoarea celei de a doua. Oare aceasta nu poate fi socotită dacă nu o boală, cel puţin un simptom, o tendinţă schizofrenă în percepţia realităţii? Fenomenul nu se limitează doar la generaţia tânără. Studiile lui G. Gerbner demonstrează clar că între telespectatorii înrăiţi (care vizionează în jur de 4 ore zilnic) şi ceilalţi (până la 2 ore) există o diferenţă semnificativă în perceperea şi reflectarea realităţii. Spre exemplu, proporţional cu timpul acordat vizionării TV, se înregistrează o creştere a tendinţei de a exagera prezenţa violenţei în societate. Proporţional cu vizionarea sporeşte teama, suspiciunea, izolarea faţă de ceilalţi oameni şi faţă de societate. Creşte neîncrederea în vecini, în prieteni, care sunt văzuţi ca

potenţiali duşmani.

Dar, dacă oamenii percep lumea altfel decât este ea de fapt, şi aceasta în mod gradat, proporţional cu numărul orelor alocate vizionării TV, nu putem socoti oare că această tehnologie favorizează o viziune schizofrenică asupra lumii şi un comportament corespunzător?

Iată cum reflectă J. Mander acest fenomen: „Nu încape îndoială că televiziunea face ceea ce spune fantezia schizofrenică. Ea proiectează în mintea noastră imaginile unor realităţi exterioare experienţei noastre. Imaginile vin în forma unor raze, ieşind dintr-o cutie. Ele provoacă schimbări în sentimentele noastre şi, după cum vom vedea, şi o totală confuzie cu privire la ceea ce este şi ceea ce nu este real. Întreaga realitate devine eterică, existând numai în minţile noastre.

Precum maşina pacienţilor lui Tausk, televiziunea este manifestarea finală a unei confuzii deja evidente. Această confuzie exista în vremea când scria Tausk, însă acum ea a fost instituţionalizată de omniprezenţa mediilor artificiale în care trăim. O lume reală care nu poate fi pusă la îndoială a fost scufundată sub o lume reconstruită, creată de oameni. Noi trăim înăuntrul manifestărilor minţii omeneşti. Asemenea copilului care caută legături cu exteriorul, nu găsim decât proiecţiile altor oameni. Nu putem deosebi naturalul de artificial, căci procesele care ne-ar dezvălui aceasta nu se văd nicăieri. Suntem desprinşi, plutind în spaţiu, trăind într-un bazin al lipsei de raţiune, de dimensiunile unei naţiuni. Vedem un stimul, o lumină şi ne agăţăm de el. Acesta devine totul pentru noi. El iscă imagini în creierul nostru” (Mander 1978: 111).

De ce vizionarea TV apare atât de des în povestirile consumatorilor de droguri sau a schizofrenicilor?

Există oare o legătură cauzală între vizionarea TV şi cele două afecţiuni, şi dacă da care sunt motivele formării ei?

1. Atât în cazul vizionării TV, cât şi în cel al schizofreniei sau al consumului de droguri, mintea este

spectatorul pasiv al unui film care rulează prin faţa ei. Diferenţa este că, în cazul televiziunii, imaginile provin din afară, iar în celelalte situaţii, din interiorul subconştientului.

2. Deşi imaginile de-a lungul televizionării provin din lumea exterioară omului, acestea nu sunt percepute de minte într-un regim identic cu cele reale, atitudinea minţii pe parcursul vizionării TV fiind asemănătoare până la identitate cu cea din stările alterate de conştiinţă.

3. Vizionarea TV, prin mecanismele descrise de-a lungul acestei cărţi, favorizând deschiderea porţilor subconştientului, *înlesneşte invadarea minţii de către fantasmele inconştientului*. De aici derivă una din cele mai grave consecinţe ale vizionării. Mintea, prin privitul la televizor, se obişnuieşte tot mai mult cu experienţa pasivă, dar euforică a evaziunii în imaginar, este tot mai puternic atrasă de experienţele de tip halucinatoriu cărora este dispusă să le cedeze. Noilor generaţii crescute cu televizorul li se cultivă prin această experienţă o sensibilitate şi o atracţie aproape maladivă pentru substanţele sau tehnicile meditative de tip oriental care generează stări euforice evazioniste sau chiar halucinatorii, pentru fenomenul magic sau erotism, dobândind o labilitate sporită în ceea ce priveşte declanşarea unui sindrom schizofrenic.

S-a putut constata în primul volum al cărţii că mintea are tendinţa de a repeta modelele de activitate învăţate deoarece înseşi reţelele neuronale se structurează în funcţie de activitatea sau experienţa avută. Cu cât o experienţă este mai intensă şi de durată mai lungă, cu atât creierul are tendinţa inerţială de a o repeta. A privi la televizor câteva ore zilnic, luni sau chiar ani, de la vârsta cea mai fragedă, face ca trăsăturile generale ale acestei experienţe mentale să marcheze într-o măsură proporţională cu numărul orelor acordate vizionării, activitatea mentală, corticală a omului respectiv.

În concluzie, prin privitul la televizor, mintea omului

devine dependentă, deschisă sau atrasă de o experienţă intens emoţională, foarte puţin raţională şi volitivă. Mintea devine tot mai dependentă de starea de spectator a unui film fantastic şi, evident, prin aceasta e expusă unui atac sau invazii a fantasmelor provenite din inconştient. Poarta dintre conştient şi subconştient se deschide din ce în ce mai mult, căci fantasmele sunt dorite, iar atitudinea minţii arată că este pregătită să le primească, şi asta cu atât mai mult cu cât experienţa TV favorizează deschiderea acestei porţi prin generarea unei activităţi corticale de tip alfa caracteristică stărilor alterate de conştiinţă (vis, drog etc.), specifică deschiderii subconştientului. (*Sandy* 2002)

Astfel se explică torentul de imagini şi de gânduri care invadează minţile oamenilor (mai ales ale acelora care vizionează mult programele TV), precum şi atracţia pe care tot mai mulţi oameni o resimt pentru experienţele pasive, ale evaziunii în imaginar (însăşi experienţa erotică este una de tip fantastic atunci când mintea pasivă este sedusă şi atrasă de plăcere în direcţia satisfacerii ei).

Televiziunea asigură circulaţia liberă a fantasmelor în mintea oamenilor

Am adus în discuţie în subcapitolul anterior tema schizofreniei şi a drogurilor, în contextul legăturii acestora cu televizionarea, nu numai datorită pericolului real reprezentat de televiziune prin cultivarea unei sensibilităţi care favorizează consumul de droguri şi faţă de o percepţie schizofrenică a realităţii, ci şi pentru relevanţa pe care acestea o au pentru elucidarea unei probleme esenţiale legate de magia televizualului, şi anume: posibilitatea intervenţiei şi a lucrării puterilor demonice în timpul sau în urma vizionării TV.

Consumul de droguri nu este un comportament ce ţine de modernitate. Este o practică străveche, întâlnită în multe dintre religiile şi practicile magice din America Centrală şi de Sud, India, Iran etc. în general, în majoritatea tehnicilor şamanice, drogurile jucau un rol

esenţial în invocarea duhurilor.[25]

Evul Mediu şi Renaşterea cunosc şi ele importanţa plantelor halucinogene pentru invocarea spiritelor şi dobândirea experienţei lucrurilor fantastice. Fenomenul nu rămâne străin Bisericii Catolice care, cunoscând relaţia cauzală dintre unsorile făcute din extracte de plante halucinogene şi vrăjitorie, încearcă să interzică în mai multe rânduri cultivarea sau culesul acestor plante. (*Culianu* 1999: 204)

Iată, pe scurt, care este, în lectura lui Culianu, modul în care drogurile halucinogene erau folosite de vrăjitori în practicile lor: „Vrăjitorii clasici erau nişte marginali de ambele sexe care forţau, folosind halucinogenele, accesul la inconştient. Luau drept real ceea ce experimentau sub influenţa drogurilor, închipuindu-şi că au executat anumite acţiuni stereotipe. Folosirea constantă a drogurilor izbutea cu siguranţă să facă să dispară limitele destul de labile şi problematice dintre vis şi starea de veghe. Vrăjitorii trăiau înconjuraţi de propriile fantasme care asumau pesemne pentru ei trăsături reale şi personale (…) halucinogenele se dovedesc a fi un mijloc extrem de puternic pentru a suscita fantasmele, a chema demonii la existenţă. De aici până la a le conferi forme şi atribute reale nu mai e decât un pas” (*Culianu* 1999: 205 – 206).

De altfel, şi ştiinţa modernă constată capacitatea pe care o au drogurile halucinogene, ca şi tehnicile orientale în a favoriza accesul la lumea inconştientului. „LSD, observă Bruno Wurtz, permite ieşirea la suprafaţă a diferitelor elemente din inconştient. El permite aşa-zisele excursii în zonele inaccesibile ale subconştientului. (…) Efectele obţinute cu droguri psihedelice puteau fi, de altfel, provocate şi prin exerciţii de meditaţie, prin hipnoză şi prin alte terapii. Subiecţii nepreveniţi, care practicau

25 Șamanii, oameni cu puteri magice, vrăjitori sau taumaturgi se lăsau mai întâi posedați de spirite pentru ca mai pe urmă să le stăpânească, își închipuiau ei, pe acestea. în religii precum acelea ale eschimoșilor, iranienilor (persani), chinezilor tibetani, șamanii jucau un rol central. Vezi (Culianu 1999: 87)

meditaţia, aduşi din Orient în clinici occidentale pentru a experimenta L.S.D.-ul, declarau că «excursiile» chimic induse sunt identice cu cele induse prin tehnici fizice şi meditative". (*Culianu* 1999: 97)

Aşadar, consumul halucinogenelor nu este altceva decât una dintre metodele prin care se forţează accesul la inconştient, deschizându-se larg porţile acestuia. Prin consumul acestora, vrăjitorii de odinioară apelau sau invocau demonii. Aceasta, fiindcă magicienii ştiau că „sursa principală a demonilor este inconştientul, care este capabil să invadeze în anumite împrejurări zona conştientă a subiectului" (*Culianu* 1999: 208). Prin urmare, fantasmele nu sunt altceva decât astfel de energii, de spirite care se materializează în imagini pentru a-l înşela pe om, atrăgându-l în capcanele plăcerii, ale violenţei, ale robiei patimii. Schizofrenia, ca şi consumul de droguri, afirmă Culianu, este o stare în care se manifestă puterile demonice, fără a fi expres invocate (*Culianu* 1999: 172). De vreme ce ea înseamnă un scurtcircuit între lumea interioară a fantasmelor şi cea reală, atunci duhurile pot avea acces liber la zona conştientă, putând duce mintea la o cumplită rătăcire, la înşelare sau posedare. Aceasta îl face pe antropologul Geza Roheim să interpreteze magia ca pe o „schizofrenie instituţionalizată" (*Culianu* 1999: 171).

Fie că este vorba de magicieni, fie de cei vrăjiţi, atunci când fantasmele „se impun minţii ca o prezenţă străină, realităţi străine ce posedă[26], se poate identifica apariţia unei aşa-zise schizofrenii" (*Culianu* 1999: 171).

Am prezentat cele două situaţii în care fantasmele se

26 „De îndată ce visul este socotit o producție fantastică provenind din inconștient, iar schizofrenia o stare de confuzie între conținuturile onirice și conținuturile sensibile, nu va trebui să ne mirăm nicicum de corespondențele dintre fantasmele schizofrenilor și fantasmele folosite de magicieni. La urma urmei, proveniența lor este aceeași, doar că, în cazul magicianului, fantasmele sunt produse în mod voluntar și dirijate de operator, în timp ce, în cazul bolnavului, i se impun ca niște realități străine, îl «posedă»". Ibidem, p. 171.

manifestă, fără să fi fost invocate – halucinaţiile narcomanilor şi schizofrenia deoarece amândouă ne descoperă mecanismul prin care televizorul poate să favorizeze o influenţare demonică a minţii umane. Din aceste observaţii putem concluziona că, *în măsura în care tehnologia video cultivă o atitudine mentală pasivă*, (*dependenţa de lumea fantastică a imaginilor cu care mintea s-a deprins de-a lungul miilor de ore de vizionare*), *în aceeaşi măsură ea expune mintea nu numai atacului unor imagini pasionale, ci chiar al unor puteri şi lucrări demonice, fapt favorizat de deschiderea porţilor inconştientului*.

Prin vizionarea programelor TV, mintea nu mai exercită un control conştient asupra imaginaţiei, care devine doar un instrument pasiv al reprezentării imaginilor de la televizor. Imaginaţia scăpată de sub controlul conştiinţei, atrasă magic în scenarii de satisfacere a dorinţelor sădite de mesajele sau fantasmele TV, ajunge astfel puternic expusă înrâuririi demonice, devine prada cea mai uşoară pentru duhurile care străbat văzduhul inconştientului. Imaginaţia prin care fantasmele se materializează şi invadează mintea devine astfel, după cum spunea tradiţia ortodoxă, „o adevărată punte a dracilor” (Nicodim Aghioritul 1991: 67).

Nu afirmăm prin aceasta că tehnologia video este demonică, după cum nici plantele halucinogene sau drogurile nu au o astfel de natură. Este vorba mai curând de comunicarea nefirească pe care o presupune această tehnologie, experienţă ce conduce la o modificare a activităţii corticale, într-un fel asemănător celui în care operează drogul halucinogen; şi anume, este favorizată o stare mentală prielnică unei înrâuriri demonice a minţii, prin deschiderea porţilor inconştientului.

k k – k

Din analiza de până acum rezultă că vizionarea TV (internetul sau jocurile pe calculator), ca şi consumul drogurilor halucinogene, înlesneşte, prin efectele pe care

le are în timp asupra minţii, influenţarea demonică a acesteia de către spiritele care vin din spaţiul necunoscut al inconştientului. Cercetarea a avut în vedere însă numai efectele tehnologiei video, dincolo de orice comentariu privind mesajele transmise prin aceasta. În privinţa conţinutului programelor de televiziune, trebuie făcute următoarele precizări:

Se poate spune că o emisiune ştiinţifică, un concert simfonic, ca tip de mesaje, nu au în mod manifest un potenţial malefic. Ele pot afecta negativ mintea cu precădere în contextul descris anterior. Nu acelaşi lucru se poate afirma însă despre fantasmele erotice (imaginile sexy sau pornografice din materialele publicitare, filme etc.), care stimulează pasiunile, sau despre imaginile care incită la un comportament agresiv.[27] Aceste mesaje, prin ele însele, au un caracter malefic, de aceea este foarte probabil ca înseşi puterile demonice să intervină în acţiunea de vrăjire pe care acestea o desfăşoară în mintea telespectatorilor. După magicieni, este în firea lucrurilor ca în spatele fantasmelor pătimaşe să se ascundă prezenţa şi lucrarea demonilor.

Prin urmare, în ceea ce priveşte televizionarea, imaginile pătimaşe sunt primite iniţial în minte prin vizionare, învoindu-ne cu ele, pentru a hrăni anumite dorinţe sau pasiuni. Ulterior însă, prin ele, putem accepta şi influenţele malefice care au aceeaşi natură sau se manifestă tot prin intermediul fantasmelor. Imaginile fantastice devin astfel calul troian prin care pătrund în minte entităţile malefice ascunse în spatele lor.

Iată cum descriu magicienii Renaşterii, în lectura lui Culianu, puterea pe care demonii ascunşi în spatele diferitelor fantasme o au în a înşela mintea omului: „Aceşti demoni se mărginesc să depraveze sufletul prin fantezii şi

27 Acestea sunt, de altfel, principalele instrumente ale persuasiunii magice folosite de televiziune, deoarece în acest mod sunt apelate și cultivate dorințele pasionale și instabilitatea emoțională, iar telespectatorul este astfel determinat, în mod ocult, să urmeze anumite comportamente.

cogitaţiuni. Toate acestea sunt uşor de explicat, deoarece demonii, având o esenţă pneumatică, pot asuma toate formele şi culorile pe care le vor, arătându-se spiritului uman sub aparenţe înşelătoare. Luând aceste forme, ne inspiră multe acţiuni şi hotărâri, şi ne sugerează multe sfaturi. Suscită în noi memoria voluptăţilor trecute şi ne stimulează frecvent, în stare de veghe ori de vis, simulacre de pasiuni”[28]

Ce se întâmplă oare în condiţiile descrise anterior, când fantasmele ajung să dobândească autonomie, să se materializeze, fiind văzute şi personalizate, ca în situaţia lui Cristian şi a lui Allan Mentzies, când stabilesc înţelegeri, discută cu persoanele respective, le ordonă etc. Să fie acesta doar produsul imaginaţiei unor minţi bolnave, solicitate sau excitate prea mult de vizionarea unor filme de groază? Greu de crezut, mai cu seamă că modul în care aceste fantasme sunt vizualizate astăzi de telespectatorii care au ajuns, să spunem, la un comportament schizofrenic, sunt identice ca manifestări cu cele apărute în cazul celor care se ocupă de spiritism sau de alte practici oculte (*Encausse* 2002: 70). „Magicienii Renaşterii, de altfel, ştiu şi mărturisesc că spiritele nu sunt decât fantasme care dobândesc o existenţă autonomă” (*Culianu* 1999: 172).

Pe de altă parte, caracterul distructiv al acestor fantasme pentru viaţa telespectatorilor, care ajung să fie influenţaţi şi posedaţi de ele, sunt o dovadă la fel de importantă a unei posibile influenţe demonice. Cum s-ar putea explica altfel că înşişi copiii, care au un suflet curat, ajung să ucidă sau să se sinucidă, conduşi de aceste fantasme? Să fie vorba doar de o influenţă de natură psihologică pe care imaginile din minte o au asupra acestor copii sau într-adevăr se poate pune problema unei înrâuriri venite din partea unei voinţe străine, de natură malefică?

---

28 Mihail Pselos, Despre demoni, II, apud I. P. Culianu, Eros și magie ..., p. 198.

Magia Renaşterii sau renaşterea magiei în cultura occidentală

Magia nu este o creaţie a Evului Mediu sau a Renaşterii. Ea este prezentă în toate perioadele istorice, în toate culturile, născându-se sau manifestându-se pentru prima oară în istorie atunci când omul a încercat să dobândească puterea de a se face pe sine un mic dumnezeu fără ajutorul sau chiar în opoziţie cu Dumnezeul Cel Adevărat.

Magia, în esenţă, nu urmăreşte decât instrumentarea unei puteri sau a puterii, influenţarea oamenilor, lucrurilor şi chiar a istoriei, prin manipularea unor energii sau prin intermediul demonilor. Că într-adevăr se dobândeşte o putere temporară sau e vorba doar de o înşelăciune a vrăjmaşului, care duce la depersonalizare, (la posedare) şi psihoză este o chestiune care nu poate fi dezvoltată în aceste rânduri.

De ce ne-am oprit atenţia asupra Renaşterii, a culturii magicului circumscrise acestei perioade istorice în spaţiul occidental, luând-o drept punct de referinţă în cercetarea efectului magic al televiziunii? Un motiv important l-au constituit cărţile lui I.P. Culianu, prin care am avut la dispoziţie o bibliografie ştiinţifică extrem de bogată şi precisă privind magia, un obiect care prin natura sa ţine de mister, de ocult, care în trecut putea fi cunoscut mai ales prin ritualuri de iniţiere şi care, în general, nu poate fi abordat fără anumite riscuri, relativ la integritatea mentală şi sănătatea sufletească. Culianu şi-a dedicat 12 ani din viaţă studiului culturii magice, a fantasticului renascentist, ceea ce nu este exclus să fi constituit una dintre cauzele morţii sale premature şi violente.

Având în vedere apropierea dintre experienţa vizionării TV şi anumite practici sau filosofii orientale, a existat iniţial tentaţia ca în prezentul studiu să aducem în discuţie cercetări referitoare la aceste tehnici, la magicul sau demonicul cultivat în aceste culturi.

Odată însă cu avansarea studiului, ne-a devenit tot

mai clar faptul că magia Renaşterii, cultura fantasticului renascentist trebuie să constituie cadrul general al analizei, deoarece televiziunea apare şi se dezvoltă în spaţiul culturii occidentale care, într-un fel sau altul, derivă, moştenește sau este un produs natural al Renaşterii.

„Magicianul din de *Vinculis* (principala lucrare a lui Giordano Bruno), observă Culianu[29], este prototipul sistemelor impersonale de mass-media, al cenzurii indirecte, al manipulării globale şi al brain-trusturilor ce-şi exercită controlul ocult asupra maselor" (*Culianu* 1999: 131).

Pentru un observator mai atent al fenomenului cultural occidental, un cunoscător al magiei ca tehnică şi practică, devine clar că televiziunea, psihanaliza, tehnicile de transformare a sinelui, ştiinţele manipulării şi ale schimbării de atitudine, cultura publicităţii sunt domenii anticipate – dincolo de elementul tehnologic – de experienţele şi năzuinţele magicianului renascentist (Culianu 1999: 148).

Arta memoriei, precursoare a televiziunii

Arta memoriei, un fenomen cultural sau religios care marchează cu putere gândirea şi experienţa religioasă occidentală, pe perioada Evului Mediu sau a Renaşterii, poate fi considerată, pe bună dreptate, strămoaşa sau precursoarea culturii televizualului. Arta memoriei este „o tehnică de manipulare a fantasmelor", care se bazează pe ideea că tot ce se vede având „un caracter intrinsec de imagine este uşor memorabil" (*Culianu* 1999: 61).

---

29 Culianu demonstrează că științele psihologice și sociale - psihologia aplicată, psihanaliza etc. - derivă direct din magie, din metodologia și, adesea, chiar obiectivele sale. Având în vedere scopurile declarate ale magiei - influențarea oamenilor, controlul conștiințelor, manipularea în general -, Culianu arată că magicianul nu a dispărut astăzi, ci se ocupă „de relații publice, de propagandă, de prospectarea pieței, de anchete sociologice, de publicitate, informație, contrainfomație și dezinformație, de cenzură, de operațiuni de spionaj și chiar de criptografie" (Culianu 1999: 148)

Iniţial, această „artă” pătrunde în cultura Evului Mediu, în Biserica Catolică ca o tehnică de memorare, ce urmărea, pentru a-şi atinge scopul, „suprapunerea oricărui conţinut lingvistic sau noţional (în genere abstract) unei suite de imagini” Prin această asociere era favorizată învăţarea sau memorizarea, întrucât amintirea imaginilor ce trebuiau să fie pline de viaţă, impregnate cu emoţii, slujea readucerii în memorie a noţiunilor abstracte cu care acestea erau asociate. O tehnică asemănătoare se foloseşte astăzi în construcţia reclamei în domeniul culturii publicitare. Imaginile cu care se făcea asocierea puteau avea şi un suport obiectiv – natura şi societatea – însă ele, în general, ajunseseră să fie „nişte fantasme produse în ocurenţă de facultatea imaginativă” (*Culianu* 1999: 62).

Cu timpul, *Arta memoriei* ajunge să-şi depăşească funcţia utilitară, deoarece „savanţii” Evului Mediu târziu şi ai Renaşterii, la întâlnirea cu gândirea neoplatonică şi cu practicile gnostice descoperă şi o funcţie gnoseologică a acestei arte. În prima fază, procesul de cunoaştere facilitat de arta memoriei consta în „construirea unei lumi de fantasme menite să exprime cu aproximaţie realităţi de ordin inteligibil faţă de care lumea noastră nu este (după autorii neoplatonicieni n.n.) decât o copie îndepărtată sau imperfectă” „Arta memoriei a fost în cursul Evului Mediu occidental, observă Culianu, ceea ce erau în India etapele preliminare din Yoga” (*Culianu* 1999: 63)

Imaginile fiind văzute ca o expresie mai apropiată a lumii esenţelor, care constituie, după neoplatonicieni, modelul lumii noastre, plăsmuirea sau identificarea imaginilor-fantasmă care reflectă, chipurile, lumea cea de sus constituia mijlocul principal în cunoaşterea lumii reale. Cu alte cuvinte, imaginile căpătau o valoare în sine, ele fiind văzute ca nişte vehicule prin care lumea inteligibilă ni se poate descoperi sau prin care noi putem înţelege lumea în care ne aflăm. Prin aceasta se dădea mână liberă fantasmelor, fantasticului în genere, pentru reconstruirea realităţii, pentru generarea unei noi imagini despre lume,

unei noi religii. Produsele imaginarului ajung astfel să înlocuiască, la nivel individual mai întâi, şi comunitar ulterior, datele lumii reale şi ale revelaţiei[30].

Încă din primele faze ale folosirii fantasmelor în procesul mnemotehnic se ştia că acestea pot fi eficiente, adică au capacitatea de a se înscrie cu putere în memorie, dacă provoacă o emoţie puternică. Emoţiile sunt garanţia unei bune memorizări a actului care le însoţeşte sau care le produce. Astfel, prin diverse tehnici se viza excitarea intensă a facultăţii imaginative, se urmărea zămislirea fantastică a unor lumi interioare în care experienţa individului trebuia să fie foarte vie, pregnantă, emoţională şi chiar simţuală, precum este de fapt experienţa halucinatorie. Totodată, artiştii memoriei descoperă că, în deschiderea minţii către această lume fantastică interioară, eroticul joacă un rol esenţial. De aici şi până la întrebuinţarea artei memoriei în suscitarea unor fantasme erotice, voluptuoase, la incitarea fantastică a dorinţei sexuale nu mai era decât un pas.

Prin urmare, odată cu trecerea timpului, funcţia utilitară a artei memoriei a fost înlocuită tot mai mult de cea speculativă. *Arta memoriei* a început să fie văzută şi folosită tot mai mult ca metodă de cunoaştere a lumii, în special a celei nevăzute. Mai târziu, ea devine tehnica predilectă a suscitării fantasmelor erotice şi chiar a satisfacerii erosului în plan imaginar (*Culiarm* 1999: 68 – 71), pentru a sfârşi, după cum vom vedea în cele ce urmează, transformându-se în magie intersubiectivă, ştiinţa dobândirii puterii magice prin intrarea în comuniune cu duhurile văzduhului. Arta memoriei devine astfel „o verigă intermediară între eros şi magie” (*Culianu*

30 Arta memoriei nu făcea decât să instituționalizeze, să dea un caracter științific la vremea aceea unei experiențe sau tentații pe care omul a avut-o dintotdeauna, aceea de a-și construi imaginar propria realitate sau propria religie, una fantasmagorică care-i satisface sau care reflectă pasiunile, construcție la care conlucrarea conștientă sau inconștientă cu demonii joacă rolul esențial. Un exemplu semnificativ îl constituie hinduismul sau religiile gnostice în general.

1999: 61).

În parcurgerea acestui drum, un rol important l-au jucat traducerea scrierilor gnosticilor, a neoplatonicienilor, a tratatelor de astrologie şi magie ale Antichităţii. Acestea deschideau un nou orizont întrebuinţării *Artei memoriei* sau a înţelegerii şi interpretării fenomenelor şi realităţilor la care conduce jocul cu fantasmele, de fapt călătoriile fantastice în lumea inconştientului.

Arta memoriei sau cultura fantasmelor sfârşește în demonologie

Jocul cu fantasmele în care arta memoriei îl iniţia pe omul renascentist nu însemna, de fapt, observă Culianu, decât a urma „glasul fantasmelor pe care inconştientul, în blândeţea lui, îl propune" (*Culianu* 1999: 67). Unde îl călăuzeau aceste fantasme pe omul de atunci, ca de altfel şi pe cel contemporan?

Arta memoriei, arată M. Ficino, ca tehnică de manipulare a fantasmelor, joacă un rol esenţial în deschiderea sufletului pentru primirea „revelaţiei fantastice în chipul unor *figurae* (figuri simbolice)" Punerea în scenă a acestor figuri, personaje ale unor fantasmagorii interioare (...) reprezintă modalitatea prin care sufletul se deschide către aşa-zisul *oculus spiritualis* sau lumea inteligibilă a esenţelor, care în fapt este cea a *inconştientului* (*Culianu* 1999: 67). Acest ochi spiritual, în viziunea lui Ficino, permite aruncarea unei priviri în sus, către nivelurile „superioare" ale existenţei.

Aşadar, exercitarea fanteziei pe tărâmul fantasmelor, realizată prin arta memoriei, are ca efect deschiderea minţii către lumea interioară a inconştientului de unde provin de fapt aceste constructe fantastice, cu toate consecinţele ce rezultă de aici. În dezvoltarea ulterioară a operei sale, Ficino recunoaşte că, de fapt, prin aceste figuri simbolice, care sunt puse în scenă, sunt invocaţi şi atraşi „demonii sau darurile lumii însufleţite şi ale stelelor vii" (*Culianu* 1999: 187).

Magia „naturală" sau „spirituală" este primul nivel

mai intelectual, mai filosofic sau mai camuflat, să spunem, la care ajunge cultura fantasticului renascentist sau cultivarea fantasmelor pe tărâmul interior al minţii. Prezentarea oarecum ştiinţifică a acestui fenomen magic, în fapt a comunicării cu demonii pe care cultura fantasticului o face posibilă, este justificată pe fondul unui climat destul de auster şi chiar susceptibil, precum era cel al Inchiziţiei Bisericii Catolice. Reţinerea lui Ficino de a merge mai departe sau distincţia pe care el o impune între magia naturală şi demonologie se datora temerii de a nu intra, cumva, în vizorul Inchiziţiei, ca promotor al vrăjitoriei. Magia pe care el o profesează este una „ştiinţifică", „intelectuală", în care sunt apelate aşa-zisele spirite „superioare", şi nu dracii obişnuiţi invocaţi de vrăjitoarele de rând.

Giordano Bruno merge mult mai departe în dezvăluirea a ceea ce înseamnă cu adevărat jocul fantasmelor iniţiat de inconştient. El recunoaşte că în procesul fantastic, în actul magic, demonii joacă un rol fundamental. Totul este ca magicianul, susţine el, să fie capabil să-şi stăpânească fantasmele pe care le zămisleşte pentru a nu deveni el însuşi victima lor sau a demonilor din spatele acestora. „Ai grijă, atenţionează Bruno, să nu te prefaci din instrument în operator al fantasmelor" în G. Bruno, Sigillus sigillorum, II, 2, p. 193, apud (*Culianu* 1999: 134)

Magicienii Renaşterii, hrăniţi din izvoarele demonologiei neoplatoniciene[31], ştiau că „demonii sunt nişte spirite invizibile care au facultatea de a acţiona asupra simţului intern (facultatea imaginativă). Ei produc halucinaţii vizuale, auditive sau amândouă la un loc" (*Culianu*. 1999: 214). Giordano Bruno arată, de exemplu, că aceste spirite „au puterea de a-i induce în eroare pe oameni prin imaginaţie şi prin promisiuni înşelătoare"[32].

31 „Toate izvoarele principale ale demonologiei au fost traduse de Marsilio Ficino în latinește." (Culianu 1999: 195)

32 G. Bruno, De Magia III, p. 427-428, apud Ibidem, p. 213. Ibidem, p.

Să nu ne închipuim că omul obişnuit al Renaşterii (ca şi telespectatorul de astăzi), care venea în contact cu această cultură a fantasticului, conştientiza că prin aceasta îşi periclitează viaţa sufletească. Tehnică de memorare sau gen de divertisment intelectual, arta memoriei era primită şi chiar cultivată cu interes şi plăcere mai cu seamă în contextul unei renaşteri a păgânătăţii, al unui complex intelectual pe care-l crea cultura şi filosofia antică. Aceasta însă nu făcea decât să prolifereze piaţa fantasmelor, să pregătească minţile oamenilor, să le sensibilizeze în faţa atacului magic, a asaltului maleficului. Desigur, deoarece nu mulţi aveau acces la cultură, la învăţătură, fenomenul era destul de restrâns. Totodată, pentru unul ca Giordano Bruno, care năzuia să poată ajunge prin magie să stăpânească şi să controleze minţile indivizilor, să manipuleze masele, mijloacele de multiplicare a fantasmelor, disponibile în vremea lui, nu-i permiteau să ajungă prea departe. Puterea magicianului era limitată, depindea, în principiu, de capacitatea de a invoca şi a lucra cu puterile maleficului.

Transformarea fanteziei într-o punte a demonilor, prin vizualizarea imaginativă a fantasmelor pasionale

Această scurtă incursiune în arta memoriei şi a evoluţiei acesteia în istoria Renaşterii ne arată că incitarea imaginaţiei, cultivarea fantasmelor sau deschiderea fanteziei faţă de sugestiile inconştientului conduce în cele din urmă la o experienţă magică şi chiar la intervenţia sau lucrarea demonilor. Concluzia magicienilor Renaşterii, care constituie şi temeiul tehnicii de invocare a demonilor, este aceea că *în însuşi procesul vizualizării – primirea în minte sau zămislirea în interiorul acesteia a fantasmelor – este foarte probabil să se manifeste acţiunea spiritelor malefice*. „Spiritele, observă Culianu, sunt fantasme care dobândesc o existentă autonomă printr-o practică de vizualizare semănând întru totul cu arta memoriei” (*Culianu* 1999: 172).

214.

Aceasta nu este numai rezultatul experienţei fantastice a magicianului Renaşterii. Atât gnosticii, cât şi yoghinii plecau în călătorii fantastice, în lumi imaginare, prin intermediul aceleiaşi tehnici a vizualizării, călătorii care însemnau, după credinţa lor, pătrunderea într-o lume a spiritelor. Şamanii, indiferent de cultura căreia îi aparţineau, prin această tehnică a vizualizării veneau în contact cu demonii cu care colaborau sau de care erau posedaţi ulterior. Acest fenomen e semnalat şi de Părinţii Bisericii, cu toate că dintr-o perspectivă cu totul contrară. Biserica avertizează asupra pericolului pe care-l presupune fuga în imaginar, primirea în minte a unor scenarii fantastice, în esenţă, a nălucirilor. Sfinţii Părinţi Ignatie şi Xantopol arată că „sfinţii de mai înainte au socotit-o (vorbesc despre fantezie, mai cu seamă despre cea necuviincioasă, pătimaşă), asemenea miticului Dedal, ca o închipuire cu multe chipuri şi cu multe capete asemănătoare hidrei, ca pe un pod al demonilor. Căci blestemăţii ucigaşi trecând prin ea (imaginaţia), intră în comunicare cu sufletul şi se amestecă cu el, făcându-l un cuib de viespi şi o peşteră de gânduri sterpe şi pătimaşe” (*Calist şi Ignatie* 1979: 64, 135).

Desigur, nu în orice act imaginativ se face prezentă lucrarea maleficului. Există anumite lucrări sau fantasme care sunt însă specifice înrâuririi demonice. Biserica le identifică în acele construcţii sau scenarii mentale care incită şi hrănesc patimile, care-l leagă pe om de anumite comportamente, care-i anulează libertatea. Pentru a preveni o astfel de influenţă, Biserica îndeamnă la trezvie, la păzirea minţii, la respingerea acestor imagini şi evitarea acelor experienţe care ar putea deschide porţile imaginaţiei pentru primirea duhurilor spurcate. Magicienii, dimpotrivă.

Giordano Bruno, în lucrarea „Sigillus Sigillorum”, recomandă artiştilor memoriei din aceeaşi breaslă cu el să cultive „producerea de fantasme voluptuoase. Excitaţi-vă, le spune el aproape textual magicienilor, «popoarele cele

mai predispuse la plăceri erotice şi la ură sunt cele mai active (în practicarea magiei)»”[33] Naşterea acestor fantasme în minţile magicienilor sunt garanţia prezenţei lucrării demonice pe care ei o îndreaptă către aceia pe care urmăresc să-i vrăjească. În esenţă, aceasta este specialitatea şi puterea demonilor, incitarea simţurilor, a pasionalului, în fond, a patimii.

Teatrul fantastic şi televiziunea

Am insistat asupra prezentării artei memoriei şi a consecinţelor acesteia pentru a se înţelege că fenomenul televizualului – jocul cu fantasmele iniţiat în minţile scenariştilor, regizorilor sau a actorilor şi finalizat în mintea tek spectatorului – implică un imens risc pentru viaţa spirituală şi integritatea mentală a acestora.

Că ideea de televizor era anticipată încă din perioada Renaşterii ne-o demonstrează încercarea lui Camillo Delminio, din anul 1534, de a pune la punct la curtea regelui Franţei Francisc I un teatru fantastic. Prin punerea în scenă a unui scenariu magic cu personaje fantastice, publicului i se transmiteau şi i se întipăreau în minte anumite figuri sau lucrări, era introdus pe traiectul unei fantasmagorii, era iniţiat într-un proces magic. Acest proces nu mai era însă un act individual, ci colectiv, nu mai era ascuns, ocultat, ci instituţionalizat şi oficial precum este şi cazul televiziunii. Delminio a murit înainte de a-şi vedea realizat visul care, de altfel, era imposibil de împlinit cu mijloacele vremii sale.

Televiziunea nu este decât o artă a memoriei, pusă în practică cu instrumentele oferite de ştiinţa modernă

Dacă urmărim cu atenţie istoria artei memoriei sau evoluţia culturii fantasmelor în minţile oamenilor, vom constata cu uşurinţă paralelismul existent între acest fenomen cultural sau mai curând magic şi cel pe care-l constituie televiziunea în lume.

Arta memoriei, asemenea televiziunii, era la început

33 Sigillus sigillorum, voi. II, p. 166, apud I.P. Culianu, Eros și magie p. 145.

o tehnică bazată pe observaţiile ştiinţei vremii, o tehnică despre care se spunea că uşurează învăţarea, memorizarea, cunoaşterea în general.

Ulterior, arta memoriei, ca mijloc al cunoaşterii, începe să-şi depăşească atribuţiile iniţiale erijându-se în sursă a adevărului. Practic, ea devine mijloc de reconfigurare a realităţii, de recreare fantastică a acesteia. Fantasmagoriile pe care le producea atunci această ştiinţă a psihicului uman şi pe care astăzi le configurează lumea televizualului ajungeau să constituie o lume care se revendica pe ea însăşi ca fiind mai adevărată, mai înaltă decât aceea pe care o reflectau. Lumea fantasticului înlocuieşte pas cu pas lumea reală, imitând-o şi schimonosind-o. Această „lume nouă" pe care fantasmele Renaşterii o nasc în minţile oamenilor şi cu care astăzi televiziunea ne hrăneşte devine realitatea mentală cotidiană atât pentru victima magiei Renaşterii, cât şi pentru omul modern.

Trebuie remarcat faptul că întreaga istorie a magiei în Occidentul Renaşterii îmbracă haina ştiinţificului. Aceşti magicieni nu sunt nişte vrăjitori de duzină, ci adevăraţi savanţi. Limbajul este foarte bine stăpânit în sfera unei terminologii cât mai tehnice şi filosofice. Biserica Catolică nu ar fi acceptat niciodată dezvoltarea acestui cult al fantasticului, dacă acesta nu s-ar fi ascuns sub o titulatură ca aceea de: *artă a memoriei*, *magia phisica*, *mathematica*, *magia divină* sau în spatele unor cercetări făcute prin „metoda ştiinţifică".

Televiziunea nu are nevoie de o justificare atât de elaborată, întemeiată ştiinţific, pentru a-şi desfăşura lucrarea în societatea modernă, deoarece ea însăşi este un produs al ştiinţei (descoperirea undelor electromagnetice) al tehnicii şi tehnologiei. Mesajele ei sunt însă doar camuflate, precum se întâmpla şi în timpul Renaşterii, în spatele teoriilor ştiinţifice, a obiectivităţii, a pozitivismului raţionalist. Experienţa care devine astăzi posibilă, prin intermediul televiziunii, este deschiderea orizontului

fantastic, interior, deschiderea porţilor inconştientului, dându-i-se omului posibilitatea de a privi „dincolo” sau de a se lăsa furat de Jocul fantasmelor”.

În faza a treia a acestui proces istoric – dezvoltarea culturii fantasticului în Renaştere sau a culturii televizualului în lumea modernă – are loc erotizarea lumii fantasmelor, cultivarea acelor fantasme care sunt încărcate, îmbibate cu pasiuni şi emoţii puternice, iubire sau ură. Astfel predominarea erosului şi a violenţei pe micul ecran este un fapt anticipabil în condiţiile în care televiziunea se dovedeşte a fi un instrument magic folosit în contextul promovării culturii fantasticului. În Renaştere, ca şi astăzi, erosul şi violenţa constituie liantul, forţa de captivare sau de seducţie a fantasmagoriilor promovate prin arta memoriei, respectiv prin televiziune, dar totodată, şi legăturile cele mai puternice cu care magicul poate înlănţui mintea omului. Ele constituie fondul sau creează platoul pe care se edifică orice act magic, prin ele putând fi incitate şi dirijate cu uşurinţă dorinţele în direcţia urmărită de magician.

Ultima fază a evoluţiei artei memoriei este cea în care, în interiorul cercurilor de specialitate ale magicienilor, se recunoaşte că în spatele fantasmelor, mai cu seamă a celor erotice sau pasionale, se află lucrarea demonilor. Magicienii sunt invitaţi, îndemnaţi ca prin aceste experienţe imaginare să intre în comunicare cu demonii, să se „bucure” de sprijinul lor.

Deşi în contextul culturii societăţii audio-video s-a ajuns deja până la acest nivel de acţiune, câmpul fantasmelor ajungând să aibă un caracter aproape totalitar, mulţi oameni nu recunosc sau ignoră posibilitatea ca înseşi puterile demonice să fie amestecate sau să intervină prin vizionare în viaţa oamenilor. *Doar promotorii Noii Ere recunosc şi chiar proclamă oficial pătrunderea în era revrăjirii lumii, revrăjire operată îndeosebi prin media audio-video, doar ei îi îndeamnă pe faţă pe oameni să asculte de gurul interior, de glasul care se ridică din*

adâncurile inconştientului (*Wurtz 1992*: *213*).

Atâta timp cât vizualizarea fantasmelor, primirea sau predarea pe mâna acestora pentru a trăi intens actul dramatic şi pasional implică, după cum arată magicienii, dar şi Biserica, posibilitatea intervenţiei sau lucrării demonilor, devine clar faptul că, în societatea modernă, televizionarea poate fi privită ca sursă sau mijloc al lucrării maleficului. Odată deschise porţile subconştientului, bătătorită această cărare – fantezia – către adâncul minţii sau către lumea inconştientului, demonilor li se oferă posibilitatea pătrunderii în mintea oamenilor şi a influenţării acesteia.

Imaginile unui concert sau a unei emisiuni religioase, de pildă, nu au un efect negativ decât în măsura în care cultivă apetitul pentru evaziunea în imaginar. *Fantasmele erotice şi ale violenţei, însă, încă de la plăsmuirea lor în mintea scenariştilor sau a regizorilor, pot să constituie un câmp de acţiune demonică, după spusele magicienilor. La zămislirea acestora contribuie în mod obligatoriu şi demonii, căci ele nu materializează decât lucrări care le sunt proprii acestora în cel mai înalt grad. Însăşi vizionarea fantasmelor pasionale înseamnă, după magicieni, invocarea duhurilor care le gestionează.*

Cu sau fără ştiinţă, magicieni ai timpurilor moderne

Sunt scenariştii, regizorii sau chiar actorii, care imaginează şi creează violenţa sau pornografia de pe micul ecran, nişte magicieni ai zilelor noastre? După lucrarea pe care o fac – zămislesc fantasmele în spaţiul propriei minţi, le materializează în scene de viaţă şi le întipăresc pe suport electromagnetic, urmărind suscitarea emoţiilor şi pasiunilor puternice şi, în cazul publicităţii, chiar intenţionând legarea, determinarea unor comportamente –, se poate într-adevăr afirma că aceştia constituie varianta modernă, „ştiinţifică” a artiştilor memoriei, a magicienilor Renaşterii.

La această concluzie ne conduce şi urmărirea comportamentului sau a vieţii celor mai mulţi dintre

aceştia. Giordano Bruno, observă Culianu, îi sfătuieşte pe magicieni să aprindă în propriul aparat fantastic – imaginaţia – „pasiuni formidabile", căci eficace cu adevărat în procesul de vrăjire este acela care „experimentează pe sine însuşi ceea ce vrea să-i producă victimei sale" (*Culianu* 1999: 145). „În recomandările pe care Bruno le face artiştilor memoriei (n.n. subliniem artiştilor) în lucrarea *Sigillus sigillorum* le spune aproape textual: «Excitaţi-vă, popoarele cele mai dispuse la plăceri erotice (libido) şi la ură sunt cele mai active (din punctul de vedere al acţiunii magice)»"[34].

Fără să fi studiat mai înainte cărţile magicienilor, mulţi dintre artiştii zilelor noastre urmează întocmai sfatul lui Bruno. Experienţa le-a arătat că excitarea simţurilor, viaţa pasională, băutura, erosul şi drogul le slujesc foarte bine scopului „creativ", în fond, plăsmuirii fantasmelor şi materializării acestora într-o operă de „artă" sau în lumea micului ecran. Astfel, e normal ca cei mai mulţi dintre aceia care devin astăzi modelele mulţimii telespectatorilor – arhitecţii hyperrealului televizual – să fie primii care desfrânează, care divorţează, dacă s-au căsătorit vreodată, care practică şi promovează perversiunile, care consumă excesiv alcool, medicamente halucinogene sau droguri. Prin actul magic al televizionării, gândurile, simţămintele, emoţiile şi senzaţiile acestora – de duşmănie şi ură, de excitare sexuală sau spaimă – se transmit tuturor celor care se împărtăşesc din fantasmele sau lucrările demonice transmise prin intermediul micului ecran.

Diferenţa dintre magicienii de astăzi – scenarişti, regizori, actori, arhitecţi ai conştiinţelor şi preferinţelor mulţimii – şi cei din trecut este dată de gradul în care sunt conştientizate actele magice la care participă sau pe care le iniţiază.

Artiştii memoriei sau magicienii Renaşterii erau conştienţi că în procesul fantastic al acţiunii pe care o

34 Giordano Bruno, Sigillus sigillorum 22-23, voi.II, 2, p.166, apud Ibidem, p. 145.

întreprind aplică o tehnică magică având nişte reguli precise şi că în acest proces colaborarea cu demonii este inevitabilă, deoarece plăsmuirea fantasmelor pătimaşe conduce automat la intrarea într-o relaţie intimă cu aceştia, la invocarea duhurilor, a căror energii sunt puse astfel în lucrare. Artiştii de astăzi însă, pe fondul unei culturi secularizate şi scientizate, sunt în mare parte convinşi că plăsmuirea fantastică a scenelor pasionale este un act creator, iar implicarea empatică trezită în masa publicului este dovada forţei de expresie a actului artistic căruia i-au dat viaţă.

Aceşti oameni sunt, de fapt, primele victime ale fantasmelor pe care, ei înşişi le-au trezit la viaţă, a energiilor demonice pe care în mod inconştient, le-au declanşat şi le-au pus în lucrare. Fără să-şi dea seama, amăgiţi de imaginea succesului (altă fantasmă) sau de promisiunea unei vieţi generoase în satisfacerea plăcerilor, aceşti „artişti”, prin transformarea propriei minţi într-o fabrică de fantasme sau cuib de viespi, îşi distrug viaţa, îşi şubrezesc la maximum sănătatea mentală. Lipsiţi de familie, cu o viaţă dezordonată, adesea implicaţi în tot felul de scandaluri sexuale, adepţi ai evaziunii în imaginar, ai excitantelor puternice – băuturi sau droguri irascibili şi dezechilibraţi, aceşti artişti devin pacienţii spitalelor de psihiatrie pentru a-şi trata obsesiile, asteniile psihice, tulburările de personalitate şi, în destule cazuri, chiar sindroame schizofrenice[35].

35 Iată cum descrie doctorul P. Boudo starea psihică a mediumurilor - cei care lucrează cu spiritele, cu demonii - sau a celor care sunt instrumentele acestora: „în cazul mediumurilor există o diminuare a personalității, o dezagregare mentală, o micșorare a puterii de sinteză, o sărăcire a spiritului; ei sunt psihoastenici, iar producțiile lor sunt vise de bolnavi. Spiritismul realizează o contraeducație, slăbește voința și livrează spiritul adepților răului, tuturor fanteziilor inconștientului. Periculos din punct de vedere mental, este la fel și din punct de vedere moral” Ph. Encausse, Științe oculte și dezechilibre mentale, Dacia, 2002, p. 70. Acesta este, cu alte cuvinte, rezultatul acțiunii demonilor asupra minții umane. în măsura în care fantasmele cultivate de televizor în subconștientul telespectatorilor au consecințe

În afara acestor victime – oameni care se amăgesc cu dobândirea succesului şi a plăcerilor mult visate – există şi acei „artişti” care se preocupă mai mult de aspectul „religios” al actului „creator”, înţelegând că, de fapt, puterea creatoare în zămislirea fantasmelor pasionale – eros, violenţă, magic în mod esenţial – este una de natură strict demonică. Mulţi dintre aceştia, în zilele noastre, se folosesc în mod conştient de aceste puteri pentru a dobândi eficienţa şi succesul, şi, precum autoarea cărţii *Harry Potter*, declară, în mod public, apartenenţa la cultul satanic. Degradarea vieţii personale şi a sănătăţii mentale în cazul acestora este mult mai rapidă şi adesea ireversibilă.

Pentru a nu se înţelege cumva că toţi cei care lucrează în domeniul producţiei de imagine sunt victime ale fenomenelor descrise anterior, am subliniat în mai multe rânduri că ne referim în special la scenariştii sau regizorii care produc scene de groază, pornografice sau acele scenarii care excită puternic pasiunile şi simţurile. Aceasta nu înseamnă că, în general, cei care lucrează în domeniul producerii fantasmelor nu riscă într-o anumită măsură, mai mult decât în alte domenii de activitate, să ajungă victime ale acestora. Pe de o parte, trebuie luate în seamă riscurile pe care le implică incitarea permanentă a fanteziei (vizualizarea imaginativă sau plăsmuirea fantastică), forţarea porţilor inconştientului şi pe de altă parte, faptul că întregul act televizual – producerea şi transmiterea unor imagini-fantasmă în scopul influenţării publicului – este în esenţă un act magic. Şi ca în orice act magic intervenţia puterilor demonice încă de la iniţierea procesului şi până la finalizarea lui în mintea şi în viaţa telespectatorului devine o posibilitate.

Se poate vorbi de o intervenţie a lucrării demonice pe parcursul vizionării TV?

Conform învăţăturii magicienilor şi a experienţei

asemănătoare celor descrise mai sus pentru viața psihică a indivizilor, nu este deloc exagerat să spunem că televiziunea favorizează o influențare demonică a minții telespectatorilor.

magicului vizualizarea fantasmelor, a celor pasionale îndeosebi, nu înseamnă altceva decât invocarea demonilor şi a lucrării acestora. Aceasta se realizează atât la nivelul plăsmuirii scenelor pătimaşe în mintea scenariştilor şi a regizorilor – pătrunderea acestora în orizontul conştiinţei prin poarta inconştientului –, cât şi în cazul primirii lor în minte de către telespectatori prin intermediul văzului şi auzului.

În concluzie, odată vizionate scenele erotice (luăm ca exemplu aceste cazuri limită deoarece efectul este mult mai evident) sau atunci când sunt experimentate plăcerea sau spaima, demonii îşi fac simţită prezenţa în mintea telespectatorilor. Lucrarea se intensifică şi procesul magic avansează odată cu creşterea numărului orelor petrecute în faţa televizorului, urmărind aceste scene, proporţional cu gradul implicării afective, cu uitarea de sine pe care telespectatorul o trăieşte de-a lungul vizionării. Astfel, fantasmele vor căpăta o autonomie tot mai mare în mintea telespectatorului şi, odată cu acestea, demonii care le stau în spate se vor împuternici tot mai mult în spaţiul conştiinţei individului. Tensiunea dorinţei va creşte incitată permanent de prezenţa acestor fantasme, raţiunea va fi tot mai puţin critică, iar cugetarea tot mai mult subjugată obiectivelor ţintite de fantasme.

Satisfăcută imaginar prin vizionarea de alte şi alte filme sau prin plăsmuirea unor scenarii mentale, dorinţa se va aprinde atât de puternic, încât va cere tot mai insistent, mai tiranic materia, satisfacerea fizică, în planul real, împlinirea acţiunii dictate de actul magic. Este momentul în care demonii îşi manifestă pe faţă intenţionalitatea distructivă, când imaginile vizuale şi auditive sunt foarte pregnante până la nivelul halucinatoriului, tulburând puternic mintea atât în timpul zilei, cât şi al nopţii. Acesta este stadiul în care fantasmele devin prezenţe constante în viaţa oamenilor, adevăraţi interlocutori ai unor dialoguri mentale. Pentru unii ca Allan Mentzies fantasmele vor depăşi graniţele lumii interioare, ajungând să populeze

chiar şi realitatea cotidiană a individului, caz în care medicii vor diagnostica schizofrenia. În general, această comunicare sfârşeşte în boală mentală – psihoză afectivă sau schizofrenie –, în sinucidere sau chiar în crimă.

De fapt, esenţa actului magic nu este altceva decât creşterea unor firave apariţii, închipuiri, la sânul minţii până când acestea, hrănite imaginativ în contextul stârnirii poftei, a cultivării emoţiilor pasionale, ajung să devină fantasme capabile să sugrume mintea cu lanţurile dorinţei, să o împingă prin plăcere sau durere la făptuirea pe care o urmăresc. Este evident că, în situaţia în care prezenţele malefice aflate în spatele acestor fantasme s-ar arăta în chipul lor real, oamenii dintru început ar respinge atacul fugind către Biserică sau către Dumnezeu[36]. Aşa însă, amăgiţi, primesc aceste prezenţe străine în suflet, le înfiază, se unesc cu ele cu plăcere, lăsându-se astfel în mod treptat pe mâna lor, transformându-le în idoli sau stăpâni.

Să nu ne imaginăm că fantasmele sau demonii ar putea ajunge să robească mintea dacă oamenii înşişi nu le-ar da această putere, nu i-ar hrăni, încuraja sau nu li s-ar îndatora şi, bineînţeles, dacă nu L-ar părăsi pe Dumnezeu, lepădându-se nu numai de credinţa în El, de faptele şi poruncile Lui, ci şi de raţiune sau conştiinţă ca paznici şi mărturisitori ai Adevărului în sufletul omului. Omul însuşi, ascultând de glasul seducţiei, invocă prin dorinţa de plăcere aceste prezenţe fantastice, se îndatorează lor urmându-le lucrarea.

Înaintea apariţiei televiziunii, a mediei audio-video, acest proces fantastic de vrăjire a minţii era declanşat şi dirijat îndeosebi dinlăuntrul acesteia, de dincolo de porţile inconştientului, deşi nu lipseau ispitirea prin văz şi auz. În epoca televiziunii, procesul fantastic este iniţiat în

36 „Căci dracii au obiceiul să vorbească cu sufletul și să-l învețe păcatul prin gânduri, ascunzându-se de el. (...) Aceia dau chip păcatului în gânduri sau în zugrăviri de năluciri în minte precum voiesc.” Isihie Sinaitul, Filocalia IV, Harisma, București, 1994, suta a II-a, capetele 71 și 71, p. 102.

principal prin vizionare, este instituţionalizat devenind practică socială sau obicei cotidian. Mintea omului, conştiinţa acestuia se află astăzi la mijloc între bombardamentul cu imagini sau scene pasionale ale televiziunii şi tirul fantasmelor inconştientului. Confuzia creşte până la punctul în care nu se mai poate face diferenţa între unele şi celelalte, lucru pe de o parte normal, deoarece toate aceste fantasme au aceeaşi structură, sorginte şi intenţionalitate.

Inconştientul mediatic al lumii televizuale îşi găseşte cel mai bun interlocutor şi partener în inconştientul fiecărui individ în parte, având acelaşi scop – întunecarea conştiinţei şi supunerea minţii comandamentelor fantasmelor şi, într-o anumită măsură, lucrării demonilor. Cu toate că pare alarmistă sau absurdă această concluzie, mai cu seamă iubitorilor de televiziune, ea decurge logic nu atât din punctul de vedere al învăţăturii Bisericii – care se consideră a fi „înapoiat" de către fanii culturii moderne –, cât din definiţia şi învăţătura „ştiinţifică" a magicienilor.

M. Ficino, C. Delmino sau G. Bruno – savanţi şi magicieni sau oameni de cultură studiaţi şi admiraţi ca reprezentanţi ai culturii Renaşterii – ar fi mândri astăzi văzând în televiziune întruparea visului lor sau al tuturor celor care şi-au propus să stăpânească indivizii, mulţimea şi lumea prin puterea şi lucrarea magiei.

Paradoxul este acela că, într-o societate occidentală, unde zeci de milioane de oameni apelează regulat la serviciile astrologilor, vrăjitorilor sau ale spiritismului, unde oamenii, chiar dacă sunt semiatei, sunt atraşi irezistibil către practici meditative, magice, către mijloace evazioniste – băutură, erotism, drog –, oamenii sunt atât de puţin conştienţi sau dispuşi să accepte faptul că prin televiziune pot fi influenţaţi magic sau faptul că, în timp, prin vizionarea excesivă, mai cu seamă a scenelor erotice şi de violenţă, pot fi influenţaţi de lucrarea demonilor într-un grad mai mic sau mai mare.

Este adevărat, aspectul ştiinţific, tehnologic şi

obiectiv al televiziunii şi, mai nou, al calculatorului (internet sau jocuri) maschează destul de bine caracterul magic al acţiunii acestora, însă dovezile care ne parvin – crimele, violurile, sinuciderile sau bolile psihice corelate cu vizionarea TV –, ar trebui să dea întrucâtva de gândit omului contemporan care, chiar dacă exultă şi idolatrizează spiritul ştiinţific, nu este consecvent până la capăt în aplicarea lui spre înţelegerea realităţii.

Cultura modernă, prin forţa televizualului şi a ideologiei nihiliste, a produs şi induce în continuare o transformare profundă în conştiinţa indivizilor, întunecând-o într-o asemenea măsură încât omul, slăbit şi ameţit de bombardamentul fantasmelor televizualului sau ale mass-mediei în general, nu mai este capabil să discearnă, nu mai ştie exact ce se întâmplă cu el şi acceptă cu bunăvoinţă şi recunoştinţă sugestiile sau soluţiile oferite de societate, se lasă dus de val în direcţia în care merge toată lumea.

O perspectivă creştină

De ce nu am analizat efectul magic al televiziunii plecând de la învăţătura Sfinţilor Părinţi ai Bisericii, care este atât de bogată şi de precisă în descrierea luptei duhovniceşti a creştinului? Motivul principal, după cum reiese dintr-un capitol anterior, a fost acela că această cultură a imaginii, a publicităţii, a divertismentului şi eroticului, în care ne scufundăm astăzi, nu este decât o moştenitoare a culturii magicului renascentist. Culianu constată, în urma a peste 12 ani de studiu, că ceea ce se petrecea în perioada Renaşterii în laboratoarele magicienilor, ceea ce se teoretiza în savantele sau ocultele lor tratate despre cum poate fi condusă lumea prin puterea magiei a ajuns astăzi management politic sau economic, practică socială, mai general, metodă ştiinţifică. (*Culianu* 1999: 146 – 153) în contextul acestei culturi, televiziunea se dovedeşte a fi instrumentul ideal în iniţierea şi dirijarea procesului magic în mintea oamenilor.

Prin urmare, pentru a înţelege care sunt mecanismele pe care le pune în mişcare tehnologia audio-

video am considerat necesar a prezenta cadrul cultural şi istoric mai larg în care televiziunea se naşte şi este folosită.

Dar pentru a nu lăsa anumite semne de întrebare privind înţelegerea creştină a fenomenului, vom încerca în câteva rânduri, să trasăm câteva repere. Dacă timpul şi vremurile ne vor îngădui, nădăjduim ca pe viitor să putem propune cititorului român spre reflexie şi o perspectivă duhovnicească a ceea ce înseamnă televizualul şi cultura pe care acesta o naşte.

Cu toate că învăţătura magilor cu privire la sufletul omului şi la modalităţile de influenţare a acestuia este destul de elaborată, realistă şi eficace în ceea ce urmăreşte să facă, ea este mult limitată. Aceasta, deoarece priveşte din unghiul de vedere al unei lucrări malefice, demonice, care urmăreşte manipularea, posedarea minţii omului. Ea prezintă numai modul în care mintea poate fi atacată şi biruită, nu şi temeiurile sau mecanismele prin care mintea se poate apăra, eliberându-se de aceste influenţe.

Experienţa creştină, în special a asceţilor, luptători ai lui Hristos pe câmpul de bătaie al minţii cu duhurile întunericului, ne oferă o perspectivă mult mai profundă, complexă şi, desigur, cea adevărată asupra acestui război nevăzut. Ea descrie sau învaţă atât modalitatea în care mintea este atacată, cât şi cea prin care se poate apăra.

Războiul pe care-l duce mintea împotriva duşmanului nevăzut este numit de Biserică ispitire a omului. În urma acestuia, omul poate să iasă biruitor sau să fie biruit. Mecanismul ispitirii şi strategia de atac în acest război nevăzut, aşa cum sunt cunoscute şi descrise de Părinţii Bisericii, seamănă structural cu etapele procesului magic teoretizate de „specialiştii acestei ştiinţe”.

1. În prima fază a ispitirii – atacul sau momeala –, recunoaştem cu uşurinţă cea dintâi etapă a procesului magic. Momeala sau atacul este „gândul simplu sau chipul lucrului născut de curând în inimă, ce se arată minţii”

(*Filotei Sinaitul* 1994 134). „De obicei – spune părintele Dumitru Stăniloae – această primă trezire a unei pofte, prima apariţie a momelii în conştiinţă e prilejuită de vederea unor lucruri externe. Atunci intră în lucru amintirea unui păcat repetat”. Întâlnim, ca şi la magicieni, cele trei porţi principale de intrare: văzul, auzul şi imaginaţia.

Se spune „momeală” pentru că, în viziunea Părinţilor Bisericii, aceasta este aruncată de diavol pentru a prinde, a pescui prin ea sufletul, mintea omului. Atunci când dăm atenţie momelii, spun părinţii, vrăjmaşul şi-a aruncat deja ancora în portul conştiinţei noastre.

2. Însoţirea este, după Sfântul Ioan Damaschin, „primirea gândului pe care ni l-a adus vrăjmaşul şi convorbirea cu gândul sau însoţirea acestui gând fie cu patimă, fie fără patimă” (*Filotei Sinaitul* 1994 134).

Aşadar, însoţirea presupune două stadii: în primul stadiu mintea se preocupă de acel gând sau imagine, primindu-l fără patimă, iar în al doilea, când deja gândul aţâţă dorinţa sau patima respectivă. Omul începe să-şi amestece propriile gânduri şi imagini cu cele semănate de diavol. Din această preocupare cu ea, „nălucirea creşte şi sporeşte şi mai mult, ca să pară minţii care a primit-o şi pe care a prădat-o, vrednică de iubit, frumoasă şi plăcută” (*Filotei Sinaitul* 1994 134). Este faza în care raţiunea este luată ca aliat, „formulând în favoarea ei argumente, convingându-ne să trecem în totalitate sau cu anumite rezerve de partea ei. Este faza de investire cu temeiuri raţionale, mai bine zis, cu false temeiuri raţionale a poftei trezite” (*Stăniloae* 1992: 86), faza în care cugetarea îi descoperă nălucirii „raţiunea” sau „îndreptăţirea” Recunoaştem în această fază canalizarea imaginaţiei către obiectul urmărit de magician – legătura propriu-zisă – fenomen care are loc în cea de-a doua etapă a procesului magic.

3. Consimţirea, ultima fază înaintea făptuirii, „este învoirea cu plăcere a sufletului cu ceea ce s-a arătat” în

acest moment, omul se învoieşte deplin cu gândul, primeşte să-l urmeze şi să-l treacă în faptă, predându-se cu totul plăcerii născute din el (*Larchet* 2001: 429).

Unii Părinţi împart această etapă în două, considerând că, odată consimţind şi lucrând în minte plăcerea, omul devine rob al gândului respectiv, el fiind atras de data aceasta cu putere spre făptuire, chiar dacă în adâncul conştiinţei lui nu-şi doreşte acest lucru. Această fază este văzută de unii Părinţi separată de consimţire, purtând numele de robire. Consimţirea seamănă izbitor cu cea de a treia etapă a procesului magic, în care dorinţa se intensifică până la dominarea completă a facultăţilor sufletului uman, având puterea de a împinge individul către făptuirea propusă de gândul pătimaş sau de scenariul demonic.

4. Făptuirea este ultima fază, când omul făptuieşte păcatul pe care, prin consimţire, îl lucrase deja în minte. Pentru magicieni aceasta este etapa plăcutei folosinţe a obiectului care a iniţiat operaţiunea magică (*Culianu* 1999: 138). Magii o numesc plăcută pentru că făptuirea, atunci ca şi în epoca noastră a publicităţii şi a divertismentului, este prezentată ca sinonimă cu fericirea individului, în scopul atragerii oamenilor în capcana iluziei. Puterea se poate obţine în primul rând prin înşelare. De fapt, în majoritatea cazurilor, plăcerea nu este fericirea căutată, ci doar o micşorare a tensiunii psihice, a tiraniei cu care fantasmele chinuiesc mintea, dar aceasta o înţeleg puţini, majoritatea prea târziu.

În concluzie, atacul se dă ori prin vedere şi auz, ori prin imaginaţie, el reuşeşte să atragă atenţia şi învoirea raţiunii (a cugetării), să producă aprinderea plăcerii, pentru o deplină unire a minţii cu gândul respectiv. Pe urmă raţiunea, învoindu-se şi ajungând să slujească acestui proces fantastic de satisfacere a poftei – păcatul în sine – este practic înrobită de gândul sau imaginile pe care acesta le zămisleşte.

Diferenţa fundamentală între descrierea făcută de

Părinţii Bisericii războiului nevăzut dus împotriva minţii şi cea făcută de magicieni se poate vedea în faptul că magicienii prezintă puterile sufletului uman ca fiind impersonale, sub forma unor mecanisme care trebuie cunoscute pentru a putea fi stăpânită tehnica manipulării magice, pe când creştinismul priveşte totul prin prisma persoanei, a relaţiei personale dintre om şi Dumnezeu şi a vicleniei cu care diavolul încearcă să surpe această relaţie.

Momeala, în lectura Sfinţilor Părinţi, nu este decât mijlocul prin care diavolul încearcă să atragă atenţia minţii.

Însoţirea este dialogul pe care mintea începe să-l poarte cu gândurile străine, dialog care la început poate fi nepătimaş, rodul curiozităţii şi al naivităţii, pentru ca mai târziu să devină interesat în vederea hrănirii patimii pe care momeala deja a aprins-o. În această etapă, glasul conştiinţei individului, vocea lui Dumnezeu în inima lui este încă suficient de puternic, încât omul să nu se lipească cu toată inima de scenariile păcatului care încep să se desfăşoare în faţa ochilor minţii. Acum el caută să-şi amăgească conştiinţa că, de fapt nu face nimic rău urmărind acele scenarii. Este momentul construirii autojustificărilor, proces în care diavolul va avea un rol foarte important, bineînţeles, ascunzându-se în spatele unor idei, imagini şi stări afective, a unor conjuncturi favorabile ispitirii, vrăjirii omului. Raţiunea acestuia începe astfel să se desprindă tot mai mult de Cel care o lumina, de glasul lui Dumnezeu care cu delicateţe o călăuzeşte. Autonomia pe care, chipurile, o dobândeşte raţiunea în această fază a ispitirii nu este altceva decât părăsirea lui Dumnezeu, a împăratului şi a împărăţiei Sale sădite în inima omului de la botez şi înrobirea treptată de către „stăpânitorul acestei lumi”[37] prin legătura patimilor.

Astfel se explică de ce magicienii, pentru a-l vrăji şi lega pe om de comportamentul dorit de ei, urmăresc să-i

37 „Nu voi mai vorbi multe cu voi, că vine și stăpânitorul acestei lumi și el nu are nimic în Mine” Ioan 14, 30.

supună şi să-i înrobească raţiunea. Atâta timp cât în centrul minţii se găseşte Hristos, cât raţiunea este luminată de El, voinţa fiind liberă, vrăjmaşul nu are putere asupra sufletului omului.

În a treia fază, a ispitirii, subiectul este deja legat cu putere prin patimi de comportamentul dictat de fantasme, în fapt, de diavol, arată Sfinţii Părinţi. Este faza robiei care va duce inevitabil la făptuire, dacă omul nu se va întoarce cu tot sufletul la Dumnezeu.

Acest proces al ispitirii se desfăşoară pe toate treptele căderii omului din legătura, conştientizată sau nu, cu Dumnezeu. Ca şi în cazul vrăjirii, ispita poate fi mai mică sau mai mare corespunzător unei legături magice mai slabe sau mai puternice. Putem fi ispitiţi să judecăm pe cineva, să ne certăm, să urâm sau chiar să ucidem în funcţie de intensitatea lucrării vrăjmaşului în sufletul omului, proporţional cu gradul de înrobire.

Privitor la modul în care ispita poate lucra prin televizor, nu vom face decât câteva observaţii. Altminteri, marea parte a analizei desfăşurate anterior poate fi recuperată şi în viziunea învăţăturii ascetice a Bisericii, dându-i-se o lectură corespunzătoare.

Deschizând televizorul şi uitându-ne, nu facem altceva decât să ne cuplăm la o sursă străină de impresii, care ne vor invada mintea şi sufletul. Nici nu se mai poate vorbi de momeală sau atac, căci orice imagine sau construct fantastic de pe micul ecran pătrunde în mintea noastră fără a întâmpina vreo piedică. Din punct de vedere neuropsihologic, starea mentală a telespectatorului în faţa televizorului favorizează în mod deosebit acest lucru.

Faza *însoţirii* are loc în mod automat atunci când ne uităm la televizor. Urmărind scenariile, acestea ni se întipăresc cu putere în adâncul minţii, stârnind patimile care se află codificate în structura lor: dorinţa de a avea anumite lucruri, dorinţa erotică, mânia etc.

Urmărind în mod automat raţionamentul cu care fantasmele de pe micul ecran se îndreptăţesc, cugetarea

se va lăsa convinsă de „îndreptăţirea” pe care acestea o au de a fi ceea ce sunt şi de a fi bine primite în minte. În orice film sau emisiune, există o autoargumentare sau o autojustificare implicită sau explicită.

Într-un film cu scene violente actele de agresiune se justifică, spre exemplu, ca fiind pedeapsa binemeritată pe are personajul negativ trebuie să o primească. Este de ajuns să fie aruncată vina asupra cuiva, pentru a fi justificată violenţa.

În filmografia mai recentă s-a ajuns până la situaţia în care faptele rele, violente, desfrânate se justifică doar prin plăcerea şi prin sentimentul puterii pe care le produc telespectatorului. Mesajul implicit este mai mult decât pervers şi constituie o adevărată batjocură drăcească. Un act de violenţă sau un viol vor fi justificate, pur şi simplu, printr-o învoire subînţelesă între producător şi telespectator, de tipul: „Eu îţi ofer ceea ce îţi place şi amândoi ştim lucrul acesta” Despre telespectatorii care se complac în această situaţie se poate afirma că sunt deja împătimiţi. Ei nu mai necesită vreo argumentare raţională, singura justificare fiind doar plăcerea produsă.

Însuşi faptul urmăririi acestor programe presupune şi acceptarea plăcerii pe care o produc imaginile respective. Am văzut anterior că impactul televiziunii este prin excelenţă unul dramatic, intens emoţional şi chiar erotic (*Marion* 2000: 84). Astfel că prinderea minţii prin plăcere, însoţirea şi unirea minţii cu aceste fantasme, este inevitabilă încă din timpul vizionării. Cu cât emoţia este mai intensă, cu atât impresia ei este mai puternică şi, în mod proporţional, mintea îmbrăţişează mai strâns imaginile sau realităţile văzute. Consimţirea este şi ea o etapă cuprinsă într-un grad mai mare sau mai mic în procesul vizionării. Ea depinde de gradul de întipărite a celor vizionate, de identificarea şi intrarea în empatie cu personajele micului ecran.

S-a putut constata că, prin vizionare, se produce într-o măsură mai mare sau mai mică o proiectare a minţii

noastre, ca un automatism psihologic, în spaţiul realităţii prezentate în film; ne identificăm cu unele personaje (de obicei, cu cel principal) şi empatizăm, trăind intens sentimentele acestuia, succesele sau căderile, necazurile sau plăcerile lui. Este, practic, o experienţă de evaziune în imaginar cu caracter euforic. Sunt unii care se entuziasmează de ceea ce văd, îşi doresc nespus să trăiască în realitate cele din film sau trăiesc cu o plăcere deosebit de intensă cele văzute. Alţii trăiesc toate acestea într-un grad mai redus[38]

În funcţie de acest grad de implicare, se poate evalua măsura în care telespectatorul a consimţit la păcatul respectiv. Repetarea vizionării nu face decât să fixeze dorinţa pătimaşă, hrănind patima până la inevitabila făptuire a comportamentului pe care-l condiţionează fantasmele.

Este important de observat faptul că unii părinţi, ca Sfântul Marcu Ascetul, consideră că abia în faza consimţirii gândul sau nălucirea se va întrupa în imagini, căpătând contur şi pregnanţă. Apariţia imaginii constituie deja un stadiu avansat al procesului de impresionare a minţii şi a simţurilor. „Momeala – spune Părintele Stăniloae – este un gând simplu al unei eventuale fapte păcătoase, nezugrăvindu-se nicio imagine concretă a acelei fapte şi a împrejurărilor în care ea s-ar putea săvârşi. Sunt şi cazuri însă, când se stârneşte dintr-odată patima ca un foc ce se aprinde imediat” (*Stăniloae* 1992: 86).

---

38 Implicarea este proporțională cu sensibilitatea individului respectiv sau, de asemenea, cu dorințele pătimașe ale acestuia. în cazul unui om curat la suflet, la vederea unor lucruri murdare la televizor, chiar dacă va exista psihologic sau neurologic tendința de a se insera pasiv în mediul din film, este posibil ca el să resimtă în același timp o repulsie izvorâtă din această apropiere forțată hipnotic a acelor mizerii și, prin urmare, să oprească vizionarea, schimbând programul sau părăsind camera. De aceea, în general, oamenii se uită la televizor la lucruri care, chiar dacă sunt pătimașe, se află la limita până la care coboară simțul moral al omului respectiv. Vizionarea, însă, prin stimularea dorinței, presupune o continuă coborâre a barierei morale, o acceptare mereu mai mare a provocărilor demonice.

Prin urmare, în condiţiile în care apariţia imaginilor pătimaşe în faţa ochilor minţii constituie o fază avansată a procesului de ispitire, televiziunea, lucrând direct cu imagini, grăbeşte mult procesul influenţării minţii, atingerea fazei consimţirii pătimaşe cu faptele vizionate. Puterea pe care o are televizorul de a ne trece rapid prin cele trei stadii ale asaltului asupra minţii (momeala, însoţirea şi consimţirea), ne duce cu gândul la un caz mai rar în fenomenologia războiului minţii, acela al aprinderii bruşte a imaginaţiei şi a dorinţei, caz pe care îl descrie Părintele Stăniloae.

Televiziunea se vădeşte a fi nu doar maşina visării colective sau a unei halucinaţii consensuale (*Tudor* 2001: 108), ci şi mijlocul ideal pentru împătimirea oamenilor, pentru supunerea şi înregimentarea lor în comandamentele înşelării colective a omenirii.

Concluzii

Cele expuse până acum dovedesc cu prisosinţă că televiziunea este un mijloc extrem de bine adaptat unei funcţii magice, vrăjirii nu numai a câtorva persoane, ci chiar a întregii societăţi. Televiziunea oferă posibilitatea ca fantasmele născute în minţile câtorva indivizi, materializate în scene jucate de oameni adevăraţi sau plăsmuite pe calculator, să fie imortalizate pe bandă, transmise pe calea undelor şi proiectate pe ecranele TV şi, în final, a minţilor a mii, sute de mii şi milioane de telespectatori. Aceste fantasme inundă subconştientul celor care vizionează (ajutate fiind de tehnologia video), slăbesc simţul critic şi ameţesc raţiunea, activează cu putere emoţiile, modelează imaginaţia, înrâuresc gândirea şi dirijează comportamentul indivizilor către scopul dorit de creatorii programelor TV.

Televizorul a ajuns, după cum sesizează sociologul G. Namer, „vocea lăuntrică sau îndreptarul secret care-l obligă pe individ să vrea să fie, să facă, să se comporte, aşa cum i se induce subtil” (*Tudor* 2001: 75). El ne arată cum să ne îmbrăcăm, ce să cumpărăm, ce să apreciem şi

ce trebuie să ne dorim pentru a fi fericiţi, cum să ne orânduim viaţa personală. El ajunge să configureze un întreg orizont de preocupări şi conştiinţă pentru oamenii de pretutindeni.

Această lucrare în care oamenii sunt teoretic liberi să facă sau să aleagă ce vor, dar de fapt sunt dirijaţi sau controlaţi până în cele mai mici gesturi sau ascunzişuri ale subconştientului este prin excelenţă una de ordin magic. Exact aceste lucruri le urmărea şi realiza în trecut magia, doar că la o scară mai redusă. Visul de a dispune de un asemenea instrument, prin care să poată fi controlată conştiinţa umană şi conduce lumea, nu aparţine modernităţii.

În urmă cu 425 ani, Giordano Bruno, punând bazele teoretice ale magiei ca „ştiinţă, instrument psihologic infailibil întru manipularea maselor şi a individului uman" (*Culianu* 1999: 129), definea magia ca fiind „un sintetizator producător şi receptor de fantasme" (*Culianu* 1999: 137). El vedea magia ca pe o tehnică sau mijloc prin care magicianul îşi poate arunca „plasele" sau „momelile" fantastice, pentru a prinde în ele minţile indivizilor. Aceştia, legaţi cu firele nevăzute ale dorinţelor, vor putea fi manipulaţi după voia magicianului care astfel îşi va putea realiza „visul de stăpân universal – să dispună după plac de natură şi de societatea umană" (*Culianu* 1999: 129). Mijloacele vremii nu permiteau însă aplicarea pe scară largă a teoriei lui G. Bruno. Construcţia acestui instrument magic, piatra filosofală a magicienilor şi a urmaşilor lui Bruno, a celor care-şi doreau să influenţeze destinul omenirii, să stăpânească şi să controleze lumea, mai avea de aşteptat câteva sute de ani. Cât de bine este adaptată tehnologia audio-video, acestei funcţiuni magice reiese din scrierile lui Al. Kindi, celebru astrolog, filosof şi magician arab, care a trăit în urmă cu aproape 1200 de ani.

Al-Kindi descrie actul magic ca pe unul energetic, care are la bază raza sau radiaţia şi care „îşi trage chiar din acest principiu posibilitatea de existenţă, constând în a

emite radiaţii a căror lungime de undă să poată întâlni posturile de recepţie vizate de operator. Destinatarii mesajului vor fi constrânşi să reacţioneze la ele în funcţie de intenţia imprimată în radiaţie. Aceasta înseamnă că omul dotat cu un sintetizator fantastic (o facultate mentală, un mijloc sau chiar o maşină de plăsmuit imagini-fantasme) va putea să producă potrivit lui nişte afecte pe care le va lansa în spaţiul pneumatic înspre spiritul receptor al altui individ". (*Culianu* 1999: 170)

Scrierile lui Al. Kindi sunt poate cea mai sintetică şi mai limpede mărturie a faptului că televiziunea este un instrument ideal, făcut parcă special pentru manipularea magică a mulţimilor[39].

Televiziunea înlesneşte transmiterea fantasmelor printr-un efect radiativ (având ca purtătoare undele electromagnetice) de la emiţător – scenarist, regizor, creator de programe sau grupul de interese al canalului respectiv – către receptori – minţile telespectatorilor, care reacţionează potrivit intenţiilor sau afectelor imprimate în scenele sau imaginile iradiate.

În ceea ce priveşte efectul magic al televiziunii, lucrul cel mai grav nu este atât faptul că prin aceasta oamenii sunt făcuţi să cumpere obiecte de care nu au nevoie, să dorească lucruri care nu-i vor face fericiţi, să urmeze comportamente care nu-i reprezintă, cât acela că miile de ore petrecute în faţa televizorului, conectaţi la această maşină fantastică, induce o importantă transformare în conştiinţa telespectatorilor. Se cultivă astfel o deschidere, o sensibilitate bolnavă pentru experienţele evaziunii în spaţiul imaginar, în fantastic, pentru consumul de droguri, pentru practici orientale sau fenomene oculte, se produce de asemenea un scurtcircuit între lumea subconştientului şi cea a conştiinţei, premisă pentru apariţia unui sindrom schizofrenic.

Mintea omului se învaţă de la televizor, atât în planul

39m anipuleze istoria, ar fi putut fi luată drept scriere profetică, în ceea ce privește apariția televiziunii.

psihic, cât şi în cel neurologic să gândească puţin, să fie total necritică, deschisă şi fără discernământ în faţa oricărei experienţe, să se încredinţeze repede sugestiilor fantasticului şi să caute cu aviditate plăcerea sau euforia. Obişnuindu-se cu starea de pasivitate, ea se va lăsa sedusă sau atrasă cu uşurinţă în capcana experienţelor sau scenariilor fantastice care promit plăcerea; mintea omului modern devine, astfel, o pradă uşoară în faţa oricărui atac al fantasmelor venite din subconştient şi al acelora care, în general, se ascund în spatele lor.

Practic, televiziunea favorizează deschiderea porţilor subconştientului, acel scurtcircuit între subconştient şi conştient, situaţie în care fantasmele depozitate sau născute înăuntrul acestuia (ca produs al imaginaţiei sau prin influenţă demonică) pot invada mintea cu uşurinţă. Astfel se poate înţelege de ce reveriile au ajuns să caracterizeze într-o măsură atât de mare viaţa mentală a omului modern, de ce oamenii tind să vadă tot mai mult lumea prin lentilele televizorului, (*Dobrescu* & *Bârgăoanu* 2001: 217) adică prin intermediul nălucirilor care înrâuresc vederea interioară şi perceperea lucrurilor.

Pentru cei mai mulţi, acest proces ajunge până la nivelul perceperii distorsionate a realităţii, al unei permanente dezordini mentale sau stări de confuzie şi de epuizare psihică şi nervoasă. Pentru alţii însă, cei care sunt mai sensibili sau care vizionează mai mult, acest scurtcircuit duce în multe cazuri la manifestarea unui sindrom schizofrenic. Oamenii pierd într-o măsură mai mare sau mai mică legătura cu realitatea, pierd controlul proceselor de conştiinţă, mintea fiindu-le călăuzită de alte imagini decât cele ale lumii care-i înconjoară, vise de bolnavi, filme care nu-şi mai au sursa în lumea micului ecran, ci în aceea a tenebrelor inconştientului. Din acest moment, persoanele respective pot pur şi simplu să fie diagnosticate ca bolnave de schizofrenie şi tratate ca atare, precum se întâmplă cu 2, 5 milioane de americani sau pot ajunge să comită, sub înrâurirea acestor fantasme

sau duhuri care au pus stăpânire pe minte, o violenţă gravă, un viol, o crimă sau chiar să ajungă la sinucidere, precum se întâmplă astăzi cu tot mai mulţi tineri.[40]

Aşadar, vizionarea TV[41], mai ales când aceasta debutează încă din primii ani de viaţă, favorizează în timp dezvoltarea unei puternice labilităţi mentale în faţa influenţelor de tip magic sau a atacurilor demonice şi constituie un important factor de risc pentru apariţia dezordinii mentale, a tulburărilor de personalitate şi chiar a unor grave boli psihice şi neurologice. Nu întâmplător în ţările occidentale „dezvoltate" peste 20% din populaţie se tratează de cel puţin o boală mentală. Dacă se iau în consideraţi ratele de creştere a acestor boli, mai cu seamă în rândul noilor generaţii, atunci devine evident faptul, anticipat deja de mulţi cercetători, că boala viitorului nu va fi cancerul, ci afecţiunile psihice şi neurologice. În apariţia acestui fenomen, tehnologia audio-video joacă unul din rolurile principale.[42]

Statul magic

Permiteţi-mi să afirm că în viitor se vor concepe programe de schimbare nu numai pentru zona conştientului, ci şi a subconştientului. S-*ar putea scrie un*

40 în SUA, sinuciderea constituie prima cauză de mortalitate la studenți, a treia la tinerii întrel5 și 24 de ani și a 6 cauză a mortalității la copiii între 5 și 14 ani, rata tentativelor de sinucidere este însă mult mai mare - vezi raportul Academiei Psihiatrice Americane a Copilului și Adolescentului A.A.C.A.P. pe 1997.

41 în discuție intrând, bineînțeles, și jocurile pe calculator și intemetul, atât din punctul de vedere al tehnologiei, cât mai ales când este vorba de un conținut desfrânat și violent.

42 Aproximativ 20% dintre copiii și adolescenții americani (15 milioane) cu vârste cuprinse între 9 și 17 ani au fost diagnosticați ca având tulburări psihice - vezi N.I.M.H. - Institutul Național pentru Sănătate Mentală, raportul pe anul 1999. Mai mult de 54 de milioane de americani raportează o tulburare mentală în fiecare an. Depresiile și tulburările anxioase sunt cele mai frecvente boli mentale afectând 19 milioane de americani în fiecare an, iar tulburările maniaco-depresive afectează mai mult de 2 milioane de americani anual - vezi raportul pe anul 2000 al Institutului Național pentru Sănătate Mentală din America. (N.I.M.H.)

soi de povestire science-fiction despre viitorul conştiinţei, despre viitorul subconştientului, despre viitorul unei erodări.

Marchall McLuhan 1960

Cartea lui George Orwell – *1984* şi cea a lui A. Huxley – *Minunata lume nouă* sunt cunoscute drept cele mai importante scrieri de anticipaţie privind societatea viitorului, produse în secolul al XX-lea. Ambele preconizează în viitorul mai mult sau mai puţin îndepărtat o dictatură mondială care va controla şi dirija atât domeniile vieţii politice, economice şi sociale, cât şi viaţa oamenilor, până la nivelul gândurilor celor mai intime. Deşi aceste cărţi au fost scrise înainte de 1950, în zorii apariţiei tehnologiei video, cei doi autori au avut intuiţia de a aşeza în centrul propriilor viziuni televizorul sau televizionarea.

În cartea *1984*, autorul imaginează o societate în care ecranul uriaş al televizorului patronează în mijlocul fiecărei case, precum şi în locurile publice. Prin intermediul ecranului, ochiul Marelui Frate (Big Brother) pătrunde în cele mai intime locuri ale vieţii oamenilor pentru le controla şi dirija gândurile şi sentimentele. Televiziunea, în viziunea lui Orwell, nu este un mijloc de divertisment, ci unul ideologic, de manipulare a conştiinţelor, o prezenţă obligatorie în spatele căreia se ascunde ameninţarea cu forţa, sistemul sau cei care vor „binele" poporului şi vorbesc în numele lui şi al democraţiei. Cetăţenii îşi petrec cea mai mare parte a timpului în preajma ecranului. Adorm cu televizorul, se trezesc în compania acestuia. Viaţa se desfăşoară, practic, pe coordonatele trasate de ideologia la care oamenii sunt conectaţi permanent prin intermediul televiziunii.

Şi în cartea lui Huxley ecranul joacă un rol esenţial în procesul de spălare a creierului. Efectul acestuia este nu atât unul ideologic, cât unul magic, de excitare a simţurilor, de inducere a plăcerii şi aprindere a imaginaţiei. Ecranul nu este obligatoriu, ci facultativ, însă în viziunea lui Huxley, el este căutat de oameni pentru

caracterul său fascinant, seducător, pentru experienţa cathartică, de tip şamanic pe care o presupune vizionarea, pentru puternica excitare a simţurilor şi narcoza pe care acesta o face posibilă.

Cu toate că există destule elemente comune scenariilor imaginate de cei doi autori – dictatura, ecranul video, spălarea creierului, controlul gândirii şi al conştiinţei, propovăduirea unei noi ere, depersonalizarea şi robotizarea indivizilor – totuşi concepţia lor despre mijloacele prin care dictatura viitorului îşi exercită puterea şi controlul este complet diferită. Cartea lui Orwell anticipează un stat poliţienesc, constrângător, o dictatură militară care reuşește prin forţă să conducă omenirea, în timp ce Huxley imaginează un stat magic, în care spălarea creierului se realizează prin mijloace „blânde", prin consumul drogului (soma) ca obicei social, prin cultivarea unei sexualităţi liberalizate, scoase complet din contextul relaţiei conjugale, prin ritualuri magice care excită simţurile şi imaginaţia, creând iluzia puterii, a realizării, precum şi o plăcere ce zguduie simţurile şi mintea până la epuizare.

În perioada imediată celui de-al Doilea Război Mondial, după ce lumea fusese marcată de regimurile de dictatură militară nazistă, fascistă şi comunistă, în mediile intelectuale occidentale exista tendinţa de a se crede că viitorul va aparţine unei dictaturi de tipul celei instaurate în Uniunea Sovietică unde, chiar dacă nu lipseau mijloacele magice de spălare a creierului, totuşi forţei poliţieneşti îi revenea rolul principal. Evoluţia lucrurilor în societatea occidentală, mai cu seamă după anii '70, îi va face pe tot mai mulţi să-şi dea seama că, în realitate, statul magic este cel care va guverna lumea într-un viitor nu prea îndepărtat. Şi nu întâmplător în acest stat televiziunea va fi principalul instrument de control al conştiinţei umane. Statul magic anticipat de Huxley va birui statul poliţienesc descris de Orwell, susţine Neil Postman, analizând efectele culturii imaginii asupra lumii contemporane (*Postman*

1986: 25).

De fapt, cine este statul magic? I.P. Culianu, dedicându-şi o bună parte a vieţii cercetării fenomenului magic în istoria culturii occidentale, mai cu seamă de la Renaştere încoace, schiţează în mai multe locuri din opera sa profilul *statului magician*, aşa cum îl numeşte el.

„Magicianul, susţine Culianu, se ocupă astăzi de relaţii publice, de propagandă, de prospectarea pieţei, de anchete sociologice, de publicitate, informaţie, contrainformaţie şi dezinformaţie, de cenzură, de operaţiuni de spionaj şi de criptografie (...). Această figură cheie a societăţii actuale (magicianul contemporan) nu reprezintă decât o prelungire a manipulatorului brunian ale cărui principii continuă să le urmeze, având grijă să le dea o formulă tehnică şi impersonală. Pe nedrept istoricii au tras concluzia dispariţiei magiei odată cu apariţia «ştiinţei cantitative». Aceasta nu a făcut decât să se substituie unei părţi a magiei, prelungindu-i de altfel visurile şi scopurile prin mijlocirea tehnologiei. Electricitatea, transporturile rapide, radioul şi televiziunea, avionul şi computerul nu făceau decât să realizeze promisiunile formulate iniţial de către magie şi care ţineau de arsenalul procedeelor supranaturale ale magicianului: producerea luminii, deplasarea instantanee dintr-un punct al spaţiului în altul, comunicarea cu regiuni îndepărtate în spaţiu, zborul prin aer şi posibilitatea de a dispune de o memorie infailibilă. Tehnologia, se poate spune, este o magie democratică ce îngăduie oricui să se bucure de facultăţile extraordinare cu care se lăuda magicianul". (*Culianu* 1999: 148)

Nu trebuie să se înţeleagă faptul că tehnologia sau ştiinţa care a plăsmuit-o ar fi rele în sine sau malefice. Ele nu sunt decât nişte instrumente, care ajunse în mâinile celor care urmăresc puterea, pot fi folosite împotriva omului, a popoarelor. Prin ele oamenii pot fi amăgiţi cu promisiunea puterii, pot fi deviaţi, după cum arată Postman, de la adevăratele obiective pe care ar trebui să le

aibă în viaţă şi în lume, şi îndreptaţi către scopurile urmărite de puterile conducătoare, chiar dacă prin aceasta se distrug pe ei înşişi (*Postman* 1986: 25). Tehnologia în societatea modernă devine principalul instrument al creării noilor fantasmagorii care cuceresc imaginaţia indivizilor. Literatura de anticipaţie nu este decât o proză fantastică de sorginte magică, de care, prin filme, prin publicitate sau prin ştiinţa de popularizare se împărtăşește astăzi, într-o oarecare măsură, lumea întreagă.

„Nu e necesar să ai imaginaţie, afirmă Culianu, ca să înţelegi că funcţia manipulatorului brunian (n.n. se referă la magicianul lui G. Bruno, cel care-şi propune să stăpânească lumea prin mijloacele magice) a fost preluată de Stat şi că acest nou «magician integral» are drept sarcină să producă instrumentele ideologice necesare în vederea obţinerii unei societăţi uniforme. Orice educaţie creează nişte aşteptări pe care Statul însuşi nu este în măsură să le satisfacă. Pentru cei frustraţi, există centrale ideologice care creează aşteptări alternative. Dacă Statul produce «cultura», aceste centre de manipulare produc «contra-cultura», care se adresează în primul rând marginalilor”. (*Culianu* 1999: 149)

Prin urmare, în viziunea lui Culianu, în prima fază, rolul statului în procesul de manipulare magică a conştiinţelor este mai mult unul de natură pasivă, căci el se vede nevoit să tolereze aceste centrale ideologice ce produc „contra-cultura”, încercând într-un fel sau altul să le manipuleze în sensul dorit. Cinematografele, televiziunea, presa în general şi mai nou internetul, sectele, mişcările orientale, moda, sportul, drogurile şi bordelurile sunt astfel de centrale ce se dovedesc capabile să devieze atenţia oamenilor de la problemele cu adevărat importante, să anihileze reacţia celor nemulţumiţi de sistem, să-i facă să-şi consume energiile în interiorul spaţiului seducător al fantasticului şi al senzaţiilor.

Subliniază în continuare Culianu: „Nu trebuie să ne înşelăm asupra caracterului modelelor culturale

alternative: ele se pot dovedi, în unele împrejurări, mai puternice decât însăşi cultura de Stat, în care caz i se vor substitui în cele din urmă acesteia prin evoluţie sau prin revoluţie. De aceea, un Stat ce vrea să subziste trebuie să fie în stare să asigure cetăţenilor săi o educaţie infailibilă şi, în măsura posibilului, să le satisfacă dorinţele". (*Culiartu* 1999: 149)

În cazul în care nu va reuşi aceasta, lucru dificil sau imposibil dacă nu-şi va asuma gândirea şi cultura creştină, singura capabilă, după Culianu, să rezolve vidul de putere şi neîmplinirea ontologică resimţite de omul modern, atunci, în vederea păstrării puterii, Statului modern nu-i mai rămâne decât o soluţie: „Să-şi producă el însuşi propria contra-cultură, ale cărei componente ideologice se cer organizate spre a se evita coeziunea marginalilor şi sporirea puterii lor. Metoda cea mai simplă şi mai eficace, dar în acelaşi timp şi cea mai imorală, constă în a lăsa să prospere piaţa fantasmelor distructive şi autodistructive de toate felurile şi în a cultiva ideea surselor alternative de putere, dintre care cea mai importantă ar fi puterea mentală. Efectele violenţei se întorc împotriva celor agresivi, autodistrugerea anulează o altă parte a marginalilor, în timp ce partea rămasă este ocupată să mediteze şi să se extazieze asupra posibilităţilor necunoscute – dar, desigur, inofensive, ale psihicului uman (…). Avantajele acestor operaţiuni subtile este de a evita opresiunea directă şi de a salvgarda ideea de libertate, a cărei importanţă cu greu ar putea fi subestimată. Pe de altă parte, modelele alternative sunt deopotrivă o sursă enormă de prestigiu şi de bogăţie pentru creatorii lor, ceea ce asigură o bună funcţionare a tuturor industriilor conexe: imagine, disc, modă vestimentară" (*Culianu* 1999: 149).

Prin urmare, implicarea Statului în guvernarea indivizilor, prin manipularea fantasmelor, nu mai poate rămâne doar la îndemâna centrelor alternative de putere, ci trebuie să devină politică de stat. Divertismentul,

publicitatea, violenţa ficţională şi reală, erotismul şi drogurile devin astfel mijloacele magice, instrumentele predilecte ale guvernării statului modern, care se transformă astfel într-un adevărat stat magic sau magician, după cum spune Culianu.

Divertismentul mediatizat în special prin televiziune şi presă este principalul pilon al procesului de haotizare şi control al mulţimilor. Este cel mai persuasiv şi în aparenţă inofensiv narcotic din cele care anesteziază conştiinţa mulţimilor. Efectele sale asupra minţii oamenilor au fost analizate pe parcursul primului volum al cărţii – *Efectele televiziunii asupra minţii umane*.

Erotismul oficializat atât prin legalizarea prostituţiei, cât şi prin promovarea pornografiei prin toate canalele mediatice, în special prin televiziune, este, de asemenea, un mijloc ideal pentru manipularea indivizilor, căci „tehnicile magice prezintă o tendinţă marcată de a se întemeia pe pulsiunile sexuale (...). Tratatele de vrăjitorie, subliniază Culianu, deveniseră (n.a. În Renaştere) un gen aproape pornografic; iar G. Bruno făcu o tentativă remarcabilă de a desprinde o tehnică de control emoţional global, care este explicit întemeiată pe atracţia sexuală". (*Culianu* 1999: 154)

Prin urmare, „nevinovatele" imagini cu femei şi bărbaţi dezbrăcaţi care ne atrag atenţia aproape la fiecare chioşc de ziare, nu sunt altceva decât agenţi ai erotizării imaginaţiei sau, mai exact, ai vrăjirii minţilor cu fantasmele pasionale. Alături de revistele pornografice sau filmele erotice, se constituie în instrumente ale manipulării magice şi cotidianele de mare tiraj, revistele de modă, cele de scandal sau o emisiune TV oarecare, indiferent de subiectul pe care îl tratează, în care este provocată sau cultivată într-un fel sau altul dorinţa erotică.

Este suficient să fie consumată zilnic o mică doză de „libertate" – erotism deghizat în ştiri de senzaţie sau de-a dreptul imagini provocatoare fie dimineaţa în metrou sau tramvai, fie la serviciu sau seara în faţa televizorului,

pentru ca raţiunea să fie tot mai mult înrâurită de o imaginaţie erotizată, conştiinţa să fie slăbită, iar individul să fie supus, asimilat comandamentelor magice ale societăţii de consum. Otrava fantastică pe care mass-media o picură astăzi zilnic în sufletele oamenilor este o modalitate sigură prin care, în timp, fără ca aceştia să-şi dea seama, prin modelarea imaginaţiei se desfăşoară procesul spălării creierelor, al formatării „omului nou", un individ semiconştient de viaţa pe care o duce, uşor de manipulat şi extrem de nefericit pentru existenţa lipsită de sens pe care o traversează.

Chipurile oamenilor de astăzi comparate cu ale celor de acum 10 – 15 ani sunt suficient de concludente pentru înţelegerea secătuirii sufleteşti şi a epuizării mentale la care cultura magicului l-a adus pe românul zilelor noastre. Vestimentaţia, tatuajele şi sârmele care găuresc pielea în diferite părţi la feţei şi ale corpului sunt, de asemenea, elocvente.

Spre exemplu, faptul că multe femei, cele care de obicei sunt atât de preocupate de înfăţişare, au ajuns să nu mai respecte niciun criteriu estetic în îmbrăcăminte, dezgolindu-şi pântecele sau alte părţi ale corpului, chiar şi în condiţiile în care această vestimentaţie le dezavantajează şi le periclitează grav sănătatea[43], la multe dintre ele punându-le în evidenţă urâţenia, făcându-le de-a dreptul respingătoare, arată gradul în care acestea au ajuns să se supună unei mode care, de fapt, le batjocoreşte sau gradul în care sunt înrobite fantasmelor erotismului sau autocratismului.

În privinţa drogurilor, dincolo de răspândirea fără precedent a traficului şi a consumului, sub privirile „neputincioase" ale puterilor politice, se pare că odată cu trecerea timpului se profilează, aşa cum anticipa Huxley, o liberalizare a drogurilor slabe în tot mai multe ţări (deja în

43 Cazurile de anexită datorate, conform medicilor de specialitate, pantalonilor cu talie joasă sporesc de la an la an. Sechelele lăsate de această afecțiune, între care stenoza trompelor uterine, cauzează sarcini extrauterine și sterilitate parțială și totală.

unele sunt liberalizate) în scopul atenuării tensiunii psihice care-i marchează pe tot mai mulţi oameni. Medicamentul *Prozac* este primul din această categorie, urmat de Ritalin sau de alţi sedativi cu care sunt tratate deficienţele de atenţie şi hiperactivitate (ADHD). Este probabilă şi o liberalizare a unor droguri precum marijuana şi opiul, lucru implementat deja în Olanda.

Nici literatura nu este lipsită de ispita magicului sau de influenţa comandamentelor ideologice ale statului magician. O cunoştinţă observa că, într-o călătorie făcută de curând în străinătate, a fost surprinsă de faptul că aceiaşi trei autori sunt promovaţi cu obstinenţă în majoritatea standurilor de carte pe care le-a observat în mai multe din ţările Europei. Ca şi cum cineva le-ar fi sugerat librarilor de peste tot să pună în faţă cărţile lui K. Rowling, autoarea lui *Harry Potter*, cele ale lui Paulo Coelho şi ale lui Dan Brown. Care să fie explicaţia? Mulţi aduc în discuţie argumentul comercial, adică, sunt promovate pentru că se vând bine. Dar şi multe alte cărţi se vând bine, şi nu sunt deloc promovate. Pe de altă parte, dacă se vând atât de bine de ce se cheltuiesc sume atât de importante pentru promovare, inundând la propriu străzile oraşelor cu afişe promoţionale ale cărţilor acestor autori atât de bine selecţionaţi. Este oare întâmplător faptul că *Harry Potter* este o carte inspirată din practicile vrăjitoreşti, cum recunoaşte însăşi autoarea – după propriile declaraţii membră a mişcării satanice –, că Paulo Coelho scrie o proză cu conţinut magic şi erotic în cadrele descrise de gândirea new-age-istă şi că Dan Brown este autorul uneia dintre cele mai blasfematoare cărţi la adresa Domnului, Dumnezeului şi Mântuitorului nostru Iisus Hristos din cele care au fost scrise vreodată?

Culianu subliniază un risc foarte important pe care îl presupune proliferarea mijloacelor magice în viaţa societăţii. „Succesul de piaţă al acestor operaţiuni, reprezintă la rândul său, o reală primejdie pentru Stat. (…) Or, fenomenul asumă asemenea proporţii încât, practic,

scapă de sub controlul manipulatorilor direcţi ori al statului însuşi. Noi mode proliferează, care n-au mai fost născocite de stat ca să-şi asigure propria subzistenţă. O nouă violenţă izbucneşte, pe care statul n-o programase. Practicile autodistructive sfârşesc prin a-i atinge pe aceia dintre reprezentanţii noilor generaţii în care Statul ar fi fost îndreptăţit să-şi pună cele mai înalte speranţe" (*Culianu* 1999: 150).

Pe baza analizei lui Culianu putem acum înţelege cu mai multă precizie cine este, de fapt, statul magic.

Într-o primă fază, stat magician este acela care colaborează tacit cu centralele ideologice generatoare ale contra-culturii, cele care produc divertismentul, care promovează prostituţia, drogurile etc. în cea de-a doua fază, statul magician îşi asumă în mod direct calitatea de mag sau manipulator de tip brunian, instrumentând nemijlocit toate tehnicile de vrăjire a minţilor, întunecare şi manipulare a conştiinţei umane.

La un moment dat însă, observă Culianu, atunci când contra-cultura a devenit cultură de stat, comandamentele divertismentului, consumatorismului şi nihilismului, în esenţă, substituind cultura tradiţională şi religia, cultura în adevăratul sens al cuvântului, statul magician ajunge să scape de sub controlul oamenilor puterii, al statului însuşi. Statul magic ajunge să fie statul de dincolo de stat, cel care prin puterea în drept îşi exercită propria putere, îşi urmăreşte propriile determinări şi obiective. El devine Golemul ce scapă de sub puterea stăpânului pentru a-l înrobi pe acesta şi a-şi impune propria voinţă.

Legile pieţei şi ale consumului sunt astfel de mecanisme impersonale ce guvernează lumea modernă. Divertismentul devine drogul a cărui administrare ajunge să fie necesară noilor generaţii crescute cu divertisment, pentru a fi ţinută sub control o lume terorizată de frustrările neîmplinirii, a nefericirii. Magicul însuşi ajunge să se afle în miezul acestei lumi, a culturii iluzoriului, o cultură în care trebuie salvată aparenţa, imaginea, căci

realităţile sunt deprimante. Eroticul devine modalitatea prin care oamenii se amăgesc că au găsit dragostea mult visată, căldura unei familii, antidotul singurătăţii şi al individualismului, hrană a unei imaginaţii infestate şi a unui senzualism bolnav. Şi peste toate guvernează banul.

În spatele statului magic nu trebuie căutată o conspiraţie, ci mai curând trebuie identificat morbul nihilismului, o cultură a păcatului care-i înrobeşte pe toţi şi pe cei care manipulează, şi pe cei manipulaţi. Nu s-ar greşi cu nimic dacă s-ar spune că în spatele acestei imense plase pe care magicul a aruncat-o peste lume se află puterile întunericului, forţe obscure ce nu fac decât să-i stăpânească prin patimi pe cei care, ca nişte manechini, instrumentează lucrarea magicului în lumea postmodernă. Culianu se întreabă retoric: „Este oare statul occidental, astăzi, un adevărat magician sau un ucenic vrăjitor ce pune în mişcare forţe obscure şi incontrolabile?”

Au trecut deja câteva decenii de la aprecierile făcute de Postman, Culianu şi McLuhan, şi lucrurile par să devină tot mai evidente. Nu mai este nevoie de mijloace poliţieneşti de constrângere pentru a conduce mulţimile. Este suficientă mass-media sau televizorul, industria divertismentului sau a reclamei, magia sexualităţii şi a pornografiei, stresul şi anarhia. Toate acestea creează docilitate, anesteziază simţurile, inclusiv pe cel al realităţii, slăbesc iniţiativa personală, subminează viaţa de familie prin liberalizarea sexualităţii, subminează comunitatea prin cultura plăcerilor egoiste, modelează dorinţele şi necesităţile. „Omul nou” nu mai urmăreşte idealuri înalte, nu-i mai pasă de adevăr, iubire, ci doar de porţia de plăcere şi iluzia de putere pe care i-o furnizează televiziunea sau industria divertismentului.

Manipularea aceasta este urmată însă de un lucru mult mai grav: alterarea fiinţei umane. Mintea omului hrănită cu imaginile TV devine tot mai sensibilă, mai atrasă şi mai expusă acţiunii magice. Pentru a putea constata acest lucru nu trebuie decât să observăm

puternica atracţie pe care omul modern o resimte faţă de tot ceea ce poartă amprenta magicului în spaţiul culturii moderne de la filme, muzică, jocuri pe calculator până la drog, vrăjitorie, spiritism şi practici orientale. Destrămarea familiilor, înmulţirea bolilor nervoase şi psihice şi a sinuciderilor sunt, în principal, cauzate de haosul pe care cultura magicului l-a produs în mintea oamenilor. Ne vom opri aici, lăsând pentru volumul care urmează prezentarea câtorva dintre mijloacele principale pe care statul magic le foloseşte pentru controlul conştiinţei umane.

Este uitatul la televizor un act religios?

Pe mulţi i-ar putea surprinde întrebarea din titlu. „Înţelegem că televiziunea oferă divertisment, informaţie şi o oarecare educaţie, dar oare naşte şi o religie?" – s-ar putea obiecta. Unde este Dumnezeu în această experienţă? Şi, de fapt, ce este religia?

Există o anumită îndreptăţire în punerea acestor întrebări, şi, totuşi, nu ziariştii în fuga după senzaţional, ci importanţi cercetători ai fenomenului cultural contemporan sau specialişti din domeniul istoriei şi fenomenologiei religiilor atestă faptul că televiziunea deţine o importantă funcţie rituală în societatea modernă[44]

Televiziunea este creatoare de mituri (*Kelner* 2001), spune Douglas Kelner, sau, susţin alţi analişti, reactualizează mituri mai vechi în emisiunile ei, fie că este vorba de filme, programe informative[45] sau de transmisiuni în direct ale unor evenimente sportive sau imagini de război (*Ramonet* 2000: 122 – 129). De asemenea, G.

44 Una dintre trăsăturile televiziunii pentru care ea, în opinia Școlii lui G. Gerber, „are o putere de influențare incomparabilă cu celelalte medii o constituie faptul că «consumul programelor TV împrumută caracteristicile unor acte cvasirituale»" (Drăgan 1996 215).

45 Nici măcar știrile TV nu mai prezintă o formă a discursului informațional; prezența zilnică a genului și a unor trăsături ușor de recunoscut joacă rolul de a stabili o legătură între telespectator, existența lui zilnică și cu lumea în general, în modalități care sunt simbolice, ritualice, în ultimă instanță mitice, iar nu informaționale" P. Dahlgren, What's the Meaning of this Plural Sense-Making of televizor News, p. 205, apud (Dobrescu & Bârgăoanu 2001: 175).

Goethals identifică televizorul cu un „altar video”, venerat de receptori (telespectatorii) prin ritualuri televizate (*Goethals* 1982).

Mai există o problemă care ar putea fi ridicată: Ce-ar însemna să fie aflat răspunsul la întrebarea din titlu? La ce ne-ar putea folosi o asemenea abordare?

Considerând că, într-adevăr, televiziunea joacă rolul unei religii în viaţa omului contemporan, ateii ar fi puşi în situaţia să constate că nu sunt chiar atât de atei pe cât se credeau a fi, iar cei care mărturisesc o anumită credinţă ar putea fi surprinşi să afle că prin vizionarea tv se manifestă ca şi cum s-ar închina şi la un alt dumnezeu decât cel al credinţei de care aparţin. Desigur, pentru politeişti lucrul nu ar fi chiar atât de grav.

Respingând ideea că televiziunea are un rol religios, se naşte o altă întrebare: De ce televiziunea, fără a fi religie, este suspectată tot mai mult de observatorii fenomenului mediatic de faptul că introduce în lume un nou mod religios de a fi?

Toate aceste interogaţii constituie obiectul studiului cuprins în paginile următoare. Reperul analizei nu a fost căutat în contextul doctrinar al unei religii anume, ci în spaţiul cercetărilor desfăşurate în domeniul istoriei şi fenomenologiei religiilor, adică al ştiinţelor care prin metoda observaţiei şi comparaţiei au stabilit de-a lungul timpului criteriile care definesc fenomenul religios. Abordarea prin prisma acestor ştiinţe care au ca obiect fenomenul religios în general are avantajul că oferă posibilitatea ca punctul de vedere al lucrării să fie adaptat contextual limbajului noţional, gândirii şi învăţăturii oricărei religii. În măsura spaţiului disponibil, vom încerca să oferim, pe parcursul acestui capitol, şi un reper creştin pentru înţelegerea fenomenelor.

În prima parte a acestui studiu, vom prezenta o analiză comparativă a actului religios şi a celui televizual, având în vedere categoriile fundamentale ale religiosului, în continuare, vom căuta să vedem în ce măsură funcţiile

pe care religiosul trebuie să le împlinească în mod firesc, în viaţa omului şi a societăţii, sunt substituite astăzi de mijloacele de informare în masă, în special de televiziune şi internet. Înainte de a trece la tratarea subiectului propriu-zis, vom prezenta două dintre miturile pe care le-a creat televiziunea în ultimele două decenii, mituri care au atras din partea publicului o implicare socotită de fenomenologi a avea importante valenţe religioase.

Mitul conspiraţiei. Revoluţia română transmisă în direct

O analiză mai atentă a caracterului mitic pe care-l îmbracă transmisiunile TV ale unor evenimente politice majore (războaie, revoluţii) o face Paul Girardet în cartea sa, Mythes et mythologies politique. El are în vedere chiar transmiterea în direct a Revoluţiei române, unul dintre cele mai bine structurate evenimente mediatice, primul de acest tip în istoria televiziunii.

Începând cu Revoluţia română, toate războaiele transmise în direct la televizor presupun aceleaşi scenarii mitologice televizate:

Dictatorul sau monstrul, eroul negativ sau reprezentantul întunericului – Ceauşescu, Miloşevici, Saddam Hussein;

Victimele dictaturii – poporul român, albanez, kuweitian, americanii sau pacea mondială;

Uneltele răului – dictatura exercitată prin conspiraţia securistă în România, armata sârbă sau irakiană;

Eroii eliberatori – din fericire, la români au fost revoluţionarii, în timp ce în toate celelalte cazuri armata NATO sau americanii.

„În episodul românesc, observă Girardet, este atotstăpânitor mitul conspiraţiei (...). Pretinsa conspiraţie este aceea a oamenilor securităţii (...), numeroşi, invizibili, insesizabili, apărând în noapte pe neaşteptate din subterane pline de labirinturi tenebroase (...), orfani crescuţi şi educaţi pentru a-şi sluji în mod orbeşte stăpânul, capabili să intre în spitale şi să tragă asupra

bolnavilor, să-i lichideze pe muribunzi, să spintece femei însărcinate, să otrăvească apa din oraşe (…)" Acestea erau zvonurile mediatizate pe posturile de televiziune din toată lumea. De asemenea, descrierile reporterilor „îi arătau pe Ceauşescu şi pe soţia lui comandând contrarevoluţia, batalioane negre, cavalerii morţii alergând invizibili prin subterane" „Subteranele, explică profesorul Paul Girardet, joacă un rol esenţial în legenda simbolică a conspiraţiei" (*Ramonet* 2000: 116).

„Ceauşescu, observă Ramonet, reprezintă mitul monstrului, «un căpcăun, un prinţ al tenebrelor, răul absolut». Pentru acestea există un singur remediu: exorcismul sau echivalentul lui: procesul de vrăjitorie în urma căruia „demistificat, expus la lumina privirilor tuturor poate fi în sfârşit denunţat, înfruntat, sfidat. Aceasta a fost funcţia cathartică (şi nu politică) a procesului cuplului Ceauşescu, care, odinioară, ar fi pierit cu siguranţă pe rug. Toate aceste identificări mass-media le făceau pe fondul unui climat general de teroare şi macabru, pe care îl constituise scenariul aşa-numitului masacru de la Timişoara şi Bucureşti. (…) Camioane de cărat gunoiul transportau nenumărate cadavre, metri cubi de corpuri se îndreptau spre locuri secrete pentru a fi îngropate sau arse (…). 60.000 de morţi, ba 70.000 anunţau televiziunile internaţionale, (…) camere de tortură unde în mod sistematic trupurile disidenţilor şi ale liderilor muncitorilor erau desfigurate de acid" (Ramonet 2000: 111).

Cine a organizat acest scenariu complex, ce interese, ce consecinţe trebuiau să aibă nu este o chestiune care să fie lămurită în acest material. Relevant pentru discuţia de faţă rămâne faptul că televiziunea este nu atât o oglindă fidelă a realităţii, cât un instrument care se foloseşte de actul dramatic, de mit, pentru a impune în mintea telespectatorilor şi a opiniei mondiale scenariul dorit. Că într-adevăr oamenii trăiesc prin implicarea în drama mitologizată un sentiment cu caracter religios, rămâne de

văzut.

Mitul lui Rambo

Cine este Rambo? Care sunt trăsăturile pe care personajul acestui film le întruchipează şi pe care le va modela în admiratorii săi?

„Rambo este nonconformistul antibirocrat care se opune statului, noul activist individualist, (…) un reprezentant al spiritului întreprinzător, (…) Rambo este identificat cu tehnologia militară, ucigaşă. (…) Rambo reprezintă natura în lupta cu tehnologia de vârf. Rambo este războinicul a cărui putere fizică, eficienţă şi utilizare a forţei reprezintă cea mai înaltă expresie a vieţii". (*Kelner* 2001: 83)

Rambo înseamnă forţă fizică, acţiune, eficacitate, agresivitate, forţa naturii care înlătură barierele societăţii, dar şi ale religiosului. Este un fel de „mântuitor", în virtutea puterii fizice cu care l-a înzestrat „natura" şi a tehnologiei superavansate.

Este o fiinţă care îşi clădeşte singură destinul prin forţă, o fiinţă demiurgică. Rambo nu are timp să gândească şi să reflecteze, el ştie ce trebuie să facă întotdeauna: să acţioneze. Agresivitatea, forţa muşchilor şi a tehnologiei sunt armele lui. Rambo este expresia războinicului absolut, a eroului legendar care se luptă cu statul, cu ordinea lumii, cu toate convenţiile şi tradiţiile, cu toate barierele. Rambo îşi este sieşi dumnezeu şi de această putere demiurgică, se sugerează în film, se vor împărtăşi toţi cei care se identifică, empatic, cu el. Rambo devine unul din prototipurile bărbatului modern.

„Ideologia filmului, remarcă Douglas Kellner, este transmisă prin imagini, figuri, scene, coduri şi cuvinte în ansamblul lor. Plasarea aparatului de filmat şi a luminilor contribuie la transformarea lui Sylvester Stallone în Rambo, într-un erou mitic: frecvenţa unghiurilor de filmare de jos în sus îl prezintă ca pe un luptător mitic, iar prim-planurile repetate ne arată o fiinţă umană supradimensionată. Concentrarea cadrului asupra

bicepşilor săi lucioşi, a trupului sculptural şi a fizicului plin de forţă îl prezintă ca pe un simbol al sexualităţii masculine, ca pe o imagine a virilităţii care promovează atât admiraţia femeii pentru forţa bărbătească, cât şi fascinaţia homo-erotică indusă de luptător.

Cadrele încetinite fac din Rambo o forţă a naturii, care alunecă fără efort în junglă, iar muzica triumfătoare îi traduce faptele de vitejie în cheia super-eroicului. Transformarea sa într-un super-erou este prezentată în cadrele în care în mod miraculos ţâşneşte din apă, purificat şi viril, gata de răzbunare şi triumf.

Scenele de acţiune sunt centrate asupra trupului său ca instrument al eroismului mitic, iar montajul creează impresia unui dinamism care îi insuflă lui Rambo energie, putere şi vitalitate supraomenească, iar cadrele încetinite şi expunerile prelungite centrate asupra sa pe durata unor scene mai lungi tind să-i compună o statură de zeu. În scenele în care, dimpotrivă, Rambo este torturat de comunişti nemiloşi, imaginile sunt constituite similar cu cele din iconografia crucificării, capul fiindu-i puternic luminat într-un efect de aureolă ca în pictura medievală, iar culoarea intens roşie a sângelui produce un efect de hiper-realitate – dacă îmi este permis să împrumut un termen al lui Baudrillard (1983) – a suferinţei eroice. Prim-planurile ticăloşilor comunişti se concentrează asupra rânjetului sau a plăcerii sadice de a-l tortura pe Rambo, în vreme ce scenele de luptă îi prezintă pe comunişti cu precădere în cadre largi care îi fac să pară incompetenţi şi lipsiţi de importanţă, bieţi pioni în acţiunile sale de eroism salvator. Într-o scenă absolut incredibilă, Rambo smulge dintr-o lovitură capul unui şarpe, acţiune ce evocă momentul biblic în care Adam, neputând domina şarpele, trebuie să părăsească Grădina Edenului, spre deosebire de Rambo care o cucereşte, demonstrându-şi puterea de conducător al junglei.

În cazul lui Rambo, pe de o parte, scenariul filmului este o punere în scenă a acestei drame a umilinţei, a

ruşinii, a torturii, pe de alta a insurecţiei, prin intermediul unui personaj înzestrat cu puteri nelimitate; în plus, filmul îi dă spectatorului posibilitatea să traverseze spaţiul junglei, contopindu-se cu natura. Spectatorii sunt invitaţi să participe înfioraţi la distrugerea de către Rambo a duşmanilor, la experienţa violenţei salvatoare, la întoarcerea triumfătoare a lui Rambo într-un elicopter fabricat cu ajutorul unei tehnologii de vârf. Astfel, mecanismul cinematografic al spectacolului de film este invitat să acceadă la o poziţie de autoritate, în care-i distruge pe duşmani şi triumfă asupra răului.

După cum sugerează Warner, spectacolul din *Rambo* permite explicarea atracţiei exercitate de acesta asupra unei largi audienţe internaţionale din rândul tinerilor. Spectatorii, altfel, lipsiţi de putere, resimt fiorul identificării cu puterea naturală, dar şi tehnologică, şi cu înfrângerea miraculoasă a tuturor adversităţilor. Efectele speciale utilizate de Hollywood produc un spectacol în care publicul poate experimenta puterea de a înfrânge în mod definitiv forţele răului. Spectacolul pare, aşadar, să confere publicului putere, oferindu-i o scurtă senzaţie de control, autoritate şi forţă, compensatoare pentru declinul puterii sale în viaţa cotidiană. În plus, spectacolele media ascund conţinutul ideologic printr-un montaj rapid, prin imagini ale unor tehnologii uimitoare şi o naraţiune palpitantă care copleşesc capacitatea critică a spectatorului, transferându-i astfel la nivel subliminal ideologia prin intermediul imaginilor şi al spectacolului". (*Kelner* 2001: 84 – 85)

Pentru cei mai mulţi dintre telespectatori temele mitologice de genul celor prezentate anterior – lupta dintre bine şi rău, conspiraţia puterilor întunericului, tema salvatorului – care sunt încifrate în ţesătura lumii micului ecran nu au o prea mare relevanţă în identificarea unei trăiri religioase în faţa televizorului, şi, totuşi, cei care se ocupă cu studierea fenomenului religios privesc lucrurile

într-o cu totul altă lumină[46]

Sacrul şi profanul

Cercetările din domeniul istoriei şi fenomenologiei religiilor arată că „o realitate, o persoană, un obiect sau un act vor fi religioase în măsura în care exprimă o relaţie cu sacrul, în măsura în care pot fi introduse în ordinea sacrului” (*Velascol997*: 215). Sacrul este acea atmosferă sau acel climat care învăluie toate elementele, persoanele, lucrurile, întâmplările care alcătuiesc o religie. „Nu am vrea să se creadă, spune M. Velásquez, că sacrul este populat cu noi realităţi sau presupune anumite forme de a fi ale omului, constând în realizarea a nu ştim căror acţiuni extraordinare. Nu este vorba decât de lumea şi de viaţa oamenilor, care, organizate în jurul unei noi axe, dobândesc o nouă dimensiune”. (*Velascol997*: 215)

Având în vedere acestea, cercetătorii religiilor găsesc că locul de unde trebuie pornit pentru identificarea caracterului religios al unui act este analizarea modului în care acesta se defineşte şi se structurează în raport cu sacrul. Acesta va fi, de altfel, şi punctul de plecare al expunerii de faţă, nu înainte de a face o anumită precizare: chiar dacă prezenţa sacrului în existenţa religioasă a popoarelor lumii dovedeşte aspiraţia omului către transcendenţă, către Dumnezeul după al Cărui chip a fost creat, în lumea semitică, greacă şi romană, sacrul avea un caracter ambivalent. Sacrul putea să desemneze atât sfinţenia, prezenţa şi lucrarea lui Dumnezeu într-un anumit loc şi timp, cât şi blestemul sau lucrările spiritelor rele în lume. (*Velasco 1997*: 215) Sacrul constituie, de fapt, acea realitate care se află la intersecţia dintre lumea văzută şi cea nevăzută[47]. Trăsăturile de bază ale sacrului sunt

---

46f enomenului, devine mult mai ușoară lectura primelor subcapitole care, de altfel, constituie baza teoretică a demonstrației ulterioare.

47m anifestări ce pot fi întâlnite în cadrul religiilor panteiste sau politeiste. Cu toate că religiile idolatre nu se închină lui Hristos, totuși ele păstrează în modul lor de manifestare multe din arhetipurile comportamentale ale actului religios originar - închinarea Dumnezeului Celui Adevărat. Creație nu există în domeniul răului, ci doar

următoarele:

a) la intrarea în lumea sacrului, subiectul trebuie să treacă peste un prag. Apare o ruptură de nivel. „Pragul sacrului separă lumea vieţii religioase de lumea vieţii obişnuite. Nu este vorba de două lumi alcătuite din lucruri şi acţiuni distincte, este vorba de aceeaşi lume trăită într-un mod cu totul nou”. (*Velascol997*:

215) (poarta templului este un astfel de prag);

b) „lumea sacrului este lumea realităţii definitive, ultime, în faţa căreia toate realităţile vieţii obişnuite devin penultime oricât ar fi de importante. Este lumea unicului necesar, cum se spune în *Evanghelie* despre împărăţia lui Dumnezeu, în raport cu care toate lucrurile sunt relative, par simple înnădituri”. (*Velascol997*:

216)

Sacrul presupune un spaţiu anume cu o structură specifică, un timp de desfăşurare a evenimentelor diferit de cel măsurat în lumea profană şi nişte acte sau manifestări numite ritualuri.

Omul religios simte că trăieşte şi se împlineşte deplin, în funcţie de măsura participării sale la sacru. De aceea are tendinţa „de a trăi cât mai mult timp posibil în această lume a sacrului” Sacrul echivalează cu puterea şi, în definitiv, cu realitatea prin excelenţă.

„Sacrul este saturat de fiinţă, spune M. Eliade, puterea sacră înseamnă în acelaşi timp realitate, perenitate şi eficacitate. Este deci firesc ca omul religios să dorească intens să fiinţeze, să participe la realitate, să se satureze de putere”. (*Eliade* 1992: 14) Prin actul ritual,

---

schimonosire, pervertire a adevărului, a credinței umane sau a arhetipurilor comportamentale pe care omul le-a pomenit încă de la crearea sa. De asemenea, trebuie subliniat că, deși, în cele ce urmează, prin prisma definițiilor fenomenologiei religiilor, vor fi prezentate și descrise ca sacre gesturile sau obiceiurile omului religios nu înseamnă că prin aceasta sunt puse în lumină pozitivă aceste acte ca modalități ale apropierii omului de Dumnezeu. Pozitiv este doar faptul că omul, prin toate manifestările sale așa-zis religioase, mărturisește o căutare a lui Dumnezeu; rezultatul acestei căutări poate fi însă unul negativ, cum vom vedea și în cazul televizorului.

adică prin participarea la sacru, omul religios dobândeşte identitate, sentimentul puterii, eficacitate şi, de asemenea, perenitate (depăşirea condiţiei sale vremelnice).

Având în vedere aceste definiţii, pentru a putea stabili dacă vizionarea TV este un act cu caracter religios, ar trebui să se răspundă la următoarele întrebări:

Presupune vizionarea TV o trecere dinspre lumea noastră profană, realitatea cotidiană către o altă realitate (lumea micului ecran), o trecere ce presupune un prag, o ruptură de nivel sau o discontinuitate între cele două realităţi?

Este văzută lumea de la televizor ca o realitate de un ordin mai înalt decât aceea în care trăim?

Devine aceasta reper pentru viaţa omului contemporan, modelându-i comportamentul şi identitatea?

Conferă participarea la această realitate sentimentul puterii şi al siguranţei?

Uitându-se la televizor, au oamenii senzaţia că depăşesc durerile sau necazurile?

Simt, oare, ei dorinţa de a rămâne cât mai mult posibil în interiorul lumii micului ecran, pentru ca atunci când sunt nevoiţi să o părăsească, să aibă senzaţia că au pierdut ceva important, ca şi cum ar fi coborât din lumea adevărurilor şi a trăirilor esenţiale la aceea monotonă, cenuşie a existenţei cotidiene?

Sunt telespectatorii dispuşi, pentru a păstra acest „unic necesar", care este trăirea televizuală, să renunţe la multe din îndatorile sau necesităţile cotidiene sau la alte bucurii pe care li le-ar prilejui relaţiile cu cei din familie?

În măsura în care răspunsul la întrebările de mai sus este unul pozitiv, concluzia la care se poate ajunge, din punctul de vedere al acestei abordări, este aceea că, într-adevăr, actul vizionării ar putea fi socotit ca unul de tip religios.

„Şi totuşi, s-ar putea obiecta, chiar dacă în cazul acestor definiţii generale ale fenomenului religios obiceiul uitatului la televizor s-ar vădi a fi un act cu valenţe

religioase, trebuie să ţinem seama că oricare religie, în mod esenţial, presupune o anumită raportare la divinitate, lucru care nu se întâmplă în cazul vizionării TV. Nici în spatele televizorului nu se poate spune că se află o zeitate şi nici telespectatorii nu au conştiinţa sau nu-şi imaginează că se închină unei zeităţi atunci când se uită la televizor.”[48]

Într-adevăr, în majoritatea religiilor, prezenţa divinităţii este aceea care conduce la apariţia sacrului. „În tradiţia creştină, observă Velasco, realitatea care defineşte sacrul este Dumnezeu.[49] Un lucru este religios ori sacru când se referă la Dumnezeu. O persoană este religioasă când se află în relaţie cu Dumnezeu. Religiozitatea, sacrul se întemeiază în mod esenţial pe relaţia cu Dumnezeu” (*Velascol997*: 216). Şi totuşi…

Misterul – dumnezeul religiilor păgâne

Problema pe care o ridică, în cazul vizionării TV, lipsa unei divinităţi pentru ca acest act să poată fi identificat cu unul religios, nu este nouă. Cu ea au trebuit să se confrunte cercetătorii religiilor atunci când au fost puşi în faţa identificării sau clasificării, ca fenomen religios, a unei mişcări sau filosofii, în condiţiile în care acestea nu cunoşteau ideea de divinitate sau închinarea la o zeitate anume. În contextul budismului primitiv, de pildă, nu se găseşte nicio preocupare legată de prezenţa, lucrarea sau chiar existenţa divinităţii. Cum poate fi judecat, în acest cadru, un fenomen ca având un caracter religios? Care va fi, în acest caz sau în altele asemenea, realitatea care poate face ca nişte oameni sau acte să fie considerate sacre?

Istoria religiilor, prin câţiva dintre reprezentanţii săi de seamă, răspunde la întrebare desemnând această

---

48 în cazul cultelor idolatre, adepții își închipuiau că în spatele idolului - piatră, copac sau alt obiect idolatru - s-ar afla un zeu.

49 Biserica Creștină nu cunoaște însă conceptul de sacru, ci pe acela de sfințenie. Prezența sau legătura cu Dumnezeu aduce sfințirea vieții. Cuvântul sacru, folosit îndeosebi în contextul istoriei și fenomenologiei religiilor, apare ca o necesitate științifică pentru a circumscrie întreaga sferă a religiosului.

realitate – dumnezeul celor lipsiţi de Dumnezeu – cu numele de Mister[50]. După cercetătorii religiilor, caracteristicile fundamentale ale misterului sunt „transcendenţa lui totală (se află dincolo de lumea văzută, perceptibilă) şi forţa cu care poate afecta în mod intim total şi definitiv subiectul” (*Velascol997*: 216). Fiind considerat, prin excelenţă, o realitate transcendentă, este imposibilă descrierea a ceea ce este el în sine. Misterul poate fi cunoscut şi identificat numai prin efectele sale, prin stările sufleteşti pe care le trezeşte în omul aflat în preajma sa, adică în contextul respectivului act religios. În consecinţă, cunoscând aceste stări, putem avea un indiciu în analizarea actului ritual propus de vizionarea TV. Iată care sunt, pe scurt, stările psihice experimentate înaintea Misterului în religiile păgâne:

1. Se trăieşte, în primul rând, un fior, o cutremurare. Este o stare care nu poate fi cuprinsă în cadrele experienţei cotidiene, „în categoriile gândirii”, este de neînţeles pentru noi, ne surprinde. Adepţii se simt copleşiţi, oarecum anihilaţi în faţa acestei realităţi care năvăleşte în viaţa lor. Această cutremurare poate fi văzută şi ca o frică, o uşoară stare de teamă care paralizează iniţiativa, omul rămânând mut şi uluit, cu atenţia absorbită, captivată de mister.

2. Prezenţa Misterului nu numai că anihilează iniţiativa şi copleşește, poate tulbura sau produce teamă, dar, în acelaşi timp, Misterul minunează şi fascinează. „Subiectul se simte irezistibil atras, captivat de această prezenţă care, simultan, îl anihilează şi îl împacă, dându-i o încredere indescriptibilă”. (*Velasco 1997*: 217)

---

50 Rudolf Otto și alții dau misterului un caracter foarte general, găsind că acesta ar cuprinde, ar defini divinitatea în raportul ei cu omul în toate religiile cunoscute. Pentru noi este exclusă posibilitatea de a fi identificat acest Mister, o divinitate impersonală aflată într-un raport strict de forță cu omul - ceea ce se potrivește tuturor religiilor lumii, excluzând creștinismul, cu Dumnezeul Cel Adevărat, Cel cunoscut în Treimea Cea de o ființă aflată într-o relație personală și iubitoare cu omul creat după chipul și asemănarea Sa. (Stăniloae 1992: 36).

3. O altă caracteristică a misterului pe care o are în vedere fenomenologia religiei este prezenţa interpelatoare. Iniţiativa aparţine misterului. El „se insinuează în lumea omului şi în viaţa sa, afectându-le necondiţionat” (*Velascol997*: 217).

Prin urmare, în perspectiva fenomenologiei religiilor, faptul că actul vizionării TV nu presupune o raportare la o divinitate anume nu poate constitui un impediment în calea determinării unor valenţe religioase actului televizionării. Rămâne doar de văzut dacă efectele pe care Misterul le produce în cazul actului religios pot fi constatate şi în cazul vizionării tv.

Nu este necesar să se recurgă la studii ştiinţifice pentru a se constata că în faţa televizorului, într-adevăr, trăim adesea stările psihice identificate de Rudolf Otto în experierea Misterului de către adepţii religiilor idolatre.

Lumea micului ecran ne transcende, ne copleşeşte şi ne uimeşte prin enormitatea ei. Războaie sau poveşti de dragoste, suspans, emoţii şi sentimente puternice; o întreagă lume se desfăşoară în faţa ochilor noştri, o „realitate” care ne tulbură şi ne uluieşte, ne cutremură, ne atrage şi, în acelaşi timp, ne fascinează; o forţă care ne anihilează iniţiativa (cum am văzut, aproape că ne hipnotizează), mai cu seamă în situaţia în care este imposibilă implicarea noastră în influenţarea lumii de dincolo de ecran.

Iniţiativa aparţine imaginilor ficţionale care se insinuează, ca şi în cazul misterului, în „lumea omului şi în viaţa sa, afectându-le necondiţionat”.

Din toate stările descrise, aceea care apropie cel mai mult vizionarea TV de o experienţă religioasă este atracţia şi fascinaţia uriaşă pe care televiziunea o exercită asupra tuturor oamenilor. Ca şi în cazul Misterului, experienţa pe care o presupune uitatul la televizor nu poate fi cuprinsă în „categoriile gândirii”. Şi este firesc să fie aşa, deoarece mintea omenească nu poate concepe ca experienţe fireşti vederea la distanţă, posibilitatea de a te afla dincolo de

spaţiu şi timp, în diferite locuri şi momente istorice, în trecut sau în viitor. Este o magie a tehnologiei, care reuşește să ne uimească permanent, deoarece aceste fapte nu au fost niciodată întâlnite în istoria omenirii decât ca făcând parte din arsenalul religios sau magic. Niciodată omul nu se va obişnui cu televizorul, încât acesta să nu îl mai fascineze, aşa cum experienţele onirice (visul) sau cele halucinatorii provocate de băutură, droguri sau boli psihice sunt trăite cu o intensitate sau cu un interes maxim oricât de des ar fi experimentate. Cu toate că omul a visat dintotdeauna şi se poate spune că aceasta este o experienţă comună pentru toţi oamenii, visele vor avea permanent un mare potenţial de fascinaţie, şi aceasta pentru că nu fac parte din experienţa obişnuită a omului, în care acesta să poată controla realitatea care îl înconjoară.

Faptul că experienţa telespectatorului este atât de asemănătoare, în atingerea anumitor stări, cu aceea trăită în experimentarea misterului în contextul diferitelor religii este semnificativ în a trage o primă concluzie privind obiceiul privitului la televizor: chiar dacă în cazul vizionării TV nu se poate vorbi de raportarea la o divinitate, fapt care ar elimina orice îndoială în privinţa atestării caracterului religios acestui comportament, totuşi trăirea în faţa televizorului, a stărilor specifice experienţei misterului – divinitatea religiilor păgâne – poate conferi cel puţin un caracter pseudoreligios acestei experienţe.

În continuarea analizei noastre, vor fi luate în discuţie cele trei dimensiuni fundamentale, care definesc, după cercetătorii fenomenului religios, raportarea omului la sacru, în fapt, experienţa sa religioasă.

Spaţiul sacru, timpul sacru şi mitul

Fenomenologii religiei constată că actul religios este acela care „introduce o ruptură de nivel” în existenţa omului în cosmos, reuşind să structureze viaţa acestuia în contextul opoziţiei sacru-profan[51]. Actul religios dă

51 Pentru omul religios al societății tradiționale nu exista nici o

credinciosului posibilitatea de a pătrunde în alt spaţiu decât cel al existenţei cotidiene (spaţiul sacru) şi în alt timp (timpul sacru), şi, de asemenea, valorizează şi orientează întreaga experienţă umană în funcţie de învăţătura revelată, de actul ritual sau de mit[52]. Spaţiul sacru, timpul sacru şi mitul sunt, după cercetătorii religiilor, coordonatele principale ale oricărui fenomen religios.

În ceea ce priveşte cercetarea noastră, o relevanţă deosebită ne-ar da-o răspunsul la următoarea întrebare: introduce vizionarea TV un alt spaţiu, un alt timp sau o altă percepţie a spaţiului şi a timpului în viaţa telespectatorului?

Într-adevăr, lumea de dincolo de ecran, în interiorul căreia călătorim cu mintea de-a lungul vizionării, ne conduce către alte coordonate spaţiale şi temporale decât cele ale locului unde ne aflăm în momentul în care ne uităm la televizor. Spaţiul şi timpul lumii TV sunt altele decât cele în care trăim noi în viaţa de zi cu zi. Dar oare merge mai departe asemănarea dintre cele două realităţi, încât să fim îndreptăţiţi să identificăm spaţio-temporalităţii lumii TV o structură similară cu cea a lumii sacrului? Se poate vorbi oare de un izomorfism al celor două realităţi,

---

diferență clară între sacru și profan. Nimic nu era cu adevărat profan, deoarece acest om avea conștiința că întreaga lume, cosmosul erau pătrunse de prezența, lucrarea sau rațiunile dumnezeiești. Cu toate acestea, existau porțiuni de spațiu colectiv, diferite de celelalte locuri sau momente în timp, privilegiate, sfinte, cărora li se acorda o atenție mai mare pentru manifestarea lui Dumnezeu în acel loc, cum ar fi, spre exemplu, muntele Sinai, pentru că acolo S-a arătat Dumnezeu lui Moise, spațiul templului sau al unei biserici. De asemenea, „lumea profană în totalitate, Cosmosul în întregime desacralizat este o descoperire recentă a spiritului uman”, Mircea Eliade, Sacrul și profanul..., p. 15. în felul acesta, distincția sacru/profan este decelabilă mai cu seamă în interiorul mentalității omului modern, pentru care întreaga existență are un caracter profan și, desigur, pentru istoricul religiilor, fiind un concept utilizat pentru structurarea fenomenului religios - vezi și (Velascol997: 58).

52 Timpul sacru sau timpul mitic în creștinism este de fapt calendarul de peste an, duminicile, sărbătorile, posturile etc.

care să ne conducă la concluzia că funcţia pe care televiziunea o îndeplineşte în viaţa omului contemporan este similară celei pe care lumea sacrului o avea în viaţa omului religios?

Spaţiul sacru

— Consacrarea spaţiului sacru se întemeiază întotdeauna pe o descoperire, pe intervenţia divinităţii sau a unor puteri supranaturale în viaţa omului şi a lumii. De aceea spaţiul sacru va fi considerat locul unde se intersectează lumea de dincolo cu lumea obişnuită, profană.

— Spaţiul profan se desparte de cel sacru printr-un prag sau printr-o ruptură de nivel. Odată trecut pragul, omul pătrunde în altă lume, cea a sacrului.

— În oricare religie, spaţiul sacru va fi situat în mijlocul cosmosului locuibil, în jurul său centrându-se geografia fizică şi viaţa religioasă a comunităţii. Aceasta, deoarece spaţiul sacru face posibilă comunicarea cu lumea de dincolo sau în acest loc transcendentul se revelează omului.

— Lumea ce aparţine spaţiului sacru – lumea mitică – este văzută de oameni ca fiind situată la un nivel ontologic superior lumii reale. Este lumea realităţilor esenţiale, a vieţii exemplare şi plenare. Pentru acesta ea devine reperul orientării omului în lume, ghidul esenţial al existenţei umane.

— Distrugerea spaţiului sacru, pierderea contactului cu acesta are consecinţe din cele mai grave pentru viaţa omului: pierderea sensului vieţii, anxietate, lumea reală ajunge să apară haotică şi confuză, încât omul nu se mai poate orienta în ea.

În societăţile religioase, spaţiul nu este uniform şi omogen. Există în geografia acestuia o zonă care dă semnificaţie, care structurează lumea în relaţia ei cu transcendenţa. Acesta este însuşi spaţiul sacru sau spaţiul consacrat prin manifestarea divinului în acel loc. Spaţiul sacru este, aşadar, locul unde se revelează divinul, cel

unde se produce un eveniment cu valoare sacră sau locul consacrat – templul sau sanctuarul – destinat prin excelenţă comunicării cu lumea cealaltă.

Muntele Sinai este sfânt[53] pentru că acolo Dumnezeu S-a arătat lui Moise şi i-a predat tablele Legii. Locurile unde a pătimit Mântuitorul, unde a fost răstignit şi îngropat sunt, de asemenea, sfinţite prin prezenţa şi jertfa Fiului lui Dumnezeu.

La popoarele idolatre ori există o mitologie care leagă un copac, o piatră sau un loc anume de un eveniment „demiurgic", ori este vorba despre descoperirea avută de vreun „inspirat" – membru al poporului respectiv – exact în acel loc, cu alte cuvinte locul unde i s-au deschis cerurile şi i s-a arătat lumea de dincolo (*Eliade* 1992: 27).

Atunci când sacrul se manifestă printr-o hierofanie (arătare a divinului, a lumii de dincolo), spune Eliade, nu există doar o ruptură în omogenitatea spaţiului, ci şi revelarea unei realităţi absolute care se opune realităţii imensei întinderi înconjurătoare". (*Eliade* 1992: 22) Spaţiul sacru operează astfel o deschidere, făcând posibilă comunicarea omului cu Cerul, cu existenţa desăvârşită, cu lumea de sus[54].

Templul este, prin excelenţă, un spaţiu sacru., Acolo, în incinta sacră, observă Eliade, comunicarea cu zeii

---

53 Având în vedere caracterul ambivalent al sacrului, ce presupune prezența sau intervenția în istorie ori a lui Dumnezeu, ori a spiritelor întunericului, în creștinism, mai concret în Biserica Ortodoxă, se face o distincție între sacru și sfânt, în paginile următoare, pentru a elimina această confuzie, atunci când vom vorbi despre sacru ne vom referi îndeosebi la religiile păgâne, idolatre, unde este, de altfel, foarte probabil ca acesta să desemneze, de fapt, lucrarea demonilor sau să reprezinte doar produsul fanteziei umane.

54 Muntele Sinai este un asemenea loc deoarece acolo i S-a arătat Dumnezeu lui Moise. în cazul creștinismului, cu toate că întreaga lume are o valoare sacră, prin faptul că toate sunt ținute prin pronia dumnezeiască, există anumite spații dedicate îndeosebi întâlnirii omului cu Dumnezeu, închinării și slujirii acestuia: locașul de închinare, mormântul Mântuitorului și locurile unde s-au nevoit și au mărturisit Părinții Bisericii.

devine posibilă; prin urmare, trebuie să existe o «uşă» spre înalt, prin care zeii să poată coborî pe pământ şi pe unde omul să poată urca, simbolic, spre cer. (...) Templul constituie, la drept vorbind, o deschidere spre înalt şi asigură comunicarea omului cu lumea zeilor". (*Eliade* 1992: 26) Spaţiul sacru în religiile idolatre nu permite numai comunicarea cu lumea de sus, ci şi cu lumea inferioară a infernului sau a demonilor.

Fie că acest spaţiu este identificat de unele popoare cu un stâlp, cu o piatră sau cu un copac, precum în religiile idolatre, fie că este un loc sfinţit prin revelaţia Dumnezeului Celui Adevărat, cum este Ierusalimul sau spaţiul oricărei biserici la creştini, în acest perimetru se află centrul lumii pentru omul religiei respective. „În întinderea omogenă în care niciun reper nu este posibil, în care nicio orientare nu se poate efectua, hierofania (arătarea divinului) dezvăluie un punct absolut, un centru" (*Eliade* 1992: 22), faţă de care devine posibilă orientarea în omogenitatea haotică, întemeierea lumii în viaţa adevărată[55]. Pentru omul societăţii tradiţionale, lipsa unui „Centru", a unei divinităţi făcea existenţa fără sens. Omul nu putea trăi fără o credinţă, fără o religie care să-i organizeze spaţiul, timpul, viaţa, întregul cosmos în care trăia, care să-l facă să înţeleagă sensul cosmosului şi al propriei vieţi.

În creştinism, biserica, drept locaş sfinţit[56], este locul unde creştinul îşi dobândeşte prin Botez noua identitate,

55 Vedem deci în ce măsură descoperirea, adică revelația spațiului sacru are pentru omul religios o valoare existențială: nimic nu poate începe, nimic nu se poate face fără o orientare prealabilă; or, orice orientare implică dobândirea unui punct fix. Din acest motiv omul religios s-a străduit să se plaseze în „Centrul Lumii" Pentru a trăi în Lume, aceasta trebuie fondată, or, nici o lume nu se poate naște în haosul omogenității, al relativității spațiului profan. Descoperirea unui punct fix, a unui „Centru" echivalează cu crearea lumii.

56 Când vorbim despre Biserică, nu putem să nu înlocuim conceptul de sacralitate cu cel de sfințenie. în acest caz, nu mai există îndoială că însuși Dumnezeu Cel Adevărat și Sfânt S-a arătat prin întruparea Sa, a fondat și a sfințit acest lăcaș sau realitate sfântă.

locul în care, prin excelenţă, acesta comunică cu Dumnezeu şi unde Dumnezeu îi vorbeşte. În jurul locaşului bisericii se centrează geografia fizică a oricărei comunităţi creştine[57]. Atât ca realitate fizică, cât şi spirituală, Biserica se află în centrul existenţei şi al preocupărilor creştinului. Acesta se luptă să-şi călăuzească paşii, să-şi orienteze existenţa după legea sau învăţătura primită prin Biserică de la însuşi Fiul lui Dumnezeu.

La fel ca şi în creştinism, în toate religiile, spaţiul sacru face posibilă orientarea omului în lume atât prin organizarea vieţii în jurul acestui spaţiu fizic (sanctuarul), cât mai cu seamă prin faptul că acesta îi mijloceşte comunicarea cu divinitatea şi, prin aceasta, îl face apt pentru primirea legii, a învăţăturii şi pentru înţelegerea lumii. Lumea capătă sens şi omul religios se poate orienta înăuntrul acesteia numai în virtutea existenţei spaţiului sacru, deoarece acesta face posibilă comunicarea cu divinitatea. Se poate spune că însăşi această comunicare înlesneşte organizarea şi transformarea lumii în care trăieşte omul, după chipul în care i se descoperă lumea transcendentă. „Dorinţa omului religios de a trăi în sacru echivalează, de fapt, cu dorinţa sa de a se situa în realitatea obiectivă, de a nu se lăsa paralizat de relativitatea fără sfârşit a experienţelor pur subiective, de a trăi într-o lume reală şi eficientă, şi nu într-o iluzie” (*Eliade* 1992: 28).

Spaţiul sacru se află, aşadar, la intersecţia dintre lumea profană şi cea divină, şi este prin excelenţă locul unde S-a revelat Dumnezeu în istorie sau este locul întâlnirii omului cu lumea de dincolo. Ţinând cont de cele afirmate, se desprind patru trăsături fundamentale ale spaţiului sacru, trăsături care, în chip surprinzător, prin prisma studiilor desfăşurate în ultimele decenii, pot fi identificate şi în cazul vizionării TV.

---

57 în România, satele, spre exemplu, au în mijloc biserica, așezată adesea pe cel mai înalt loc. De asemenea, multe sate s-au născut și dezvoltat în jurul mănăstirilor.

Lumea TV – casă a zeilor sau revrăjirea[58] lumii prin televizionare

— Ecranul televizorului joacă rolul pragului sau al rupturii de nivel ce separă lumea reală de lumea TV. Vizionarea înseamnă pătrunderea şi călătoria în alt spaţiu decât cel al vieţii cotidiene.

— Televizorul face astfel posibilă comunicarea cu o altă realitate aflată dincolo de noi, cu o lume în care personajele pot fi uşor identificabile cu „eroii civilizatori" ai religiilor păgâne.

— Lumea TV, printr-o stranie inversiune ontologică, a ajuns să se situeze deasupra celei reale. Ea devine, pentru omul modern, modelul, reperul esenţial al orientării în societate, lumea exemplară a existenţei plenare. Participând la viaţa acestei lumi, telespectatorii simt că se însufleţesc, că trăiesc cu adevărat, televizorul este cel care dă sens, cel prin care lumea poate fi înţeleasă şi interpretată.

— Pentru teledependent, pierderea televizorului creează anxietate, sentimentul plictiselii, al lipsei de sens, lumea îi apare confuză şi dificil de înţeles.

— Având în vedere toate acestea, lumea TV poate fi percepută cu uşurinţă ca un spaţiu sacru sau, oricum, oamenii se comportă ca şi cum aşa ar sta lucrurile.

1. Un loc sacru presupune o ruptură de nivel produsă în omogenitatea spaţiului profan, prin revelarea unei

---

58 (Eliade 1992: 57) Structura lumii TV este asemănătoare spațiului sacru al unui templu. Templul însă, arată Eliade, „constituie o imago mundi pentru că lumea ca operă a zeilor este sacră. Structura cosmologică a templului aduce o nouă valorizare religioasă: loc sfânt prin excelență, casă a zeilor, Templul resanctifică în mod continuu lumea, pentru că o reprezintă și o conține în același timp. Oricare ar fi gradul de impuritate a lumii, ea este încontinuu purificată de sfințenia sanctuarelor" Și televiziunea reprezintă și conține în același timp lumea, și ea aduce, după cum vom vedea, o nouă valorizare religioasă, însă acțiunea ei nu poate fi numită resanctificare, ci, mai curând, este vorba de o revrăjire a lumii, o resacralizare magică a acesteia, având drept criterii sau orizont de acțiune impurificarea întregii existențe umane.

realităţi absolute.

În ceea ce priveşte televizorul, se poate observa cu uşurinţă că ecranul acestuia operează o „ruptură de nivel" în spaţiul familiar al camerei. El se constituie ca o fereastră, prin care pătrundem într-o altă lume, eliberându-ne, totodată, de condiţiile spaţiului real în care trăim. Am văzut la J.B. Thompson că una dintre caracteristicile comunicării televizuale este chiar delocalizarea spaţială pe care o presupune aceasta (a vedea lucruri sau întâmplări ce se petrec într-o altă parte a lumii) (*Thompson* 2000: 29). „Cvasi-interacţiunea televizuală, arată Thompson, creează o experienţă spaţio-temporală discontinuă. Indivizii care se uită la televizor trebuie, într-o oarecare măsură, să suspende cadrele spaţio-temporale ale vieţii lor de fiecare zi şi să se orienteze spre un set diferit de coordonate spaţio-temporale; ei devin, astfel, călători spaţio-temporali" (*Thompson* 2000: 91). Deprivarea senzorială pe care o provoacă uitatul la televizor este încă o dovadă a profundei detaşări de lumea reală sau a scufundării într-un alt mediu de existenţă spaţio-temporală.

2. Această ruptură este simbolizată printr-o deschidere prin care devine posibilă trecerea de la pământ la Cer şi, în unele religii, chiar trecerea de pe pământ către lumea inferioară. (Eliade 1992: 36) Trecerea implică schimbarea modului de a fiinţa printr-o nouă valorizare a experienţei umane, printr-o transformare ontologică (Eliade 1992: 61) de la un mod de a fi la un altul.[59] Templul este prin excelenţă un spaţiu sacru, casă a zeilor sau locul unde, simbolic, omul poate comunica, aşadar, cu lumea cealaltă.

Şi ecranul televizorului face posibilă trecerea într-o altă lume, la un alt mod ontologic. Lumea TV nu permite participarea ca subiect personal, cu iniţiativă proprie sau

59 în cazul creștinismului, intrarea în biserică - simbolul împărăției Cerurilor - ne provoacă sau ne cheamă la o transformare a modului nostru de a fi, la părăsirea condiției lumești, seculare - omul vechi -, și asumarea condiției de fii ai lui Dumnezeu.

intenţionalitate, ci numai o implicare empatică sau proiectivă în realitatea dată. Este doar o experienţă mentală, a unei minţi desprinse senzorial de lumea fizică, reală. „Darul” pe care ni-l oferă televizorul este de a ne putea împărtăşi empatic din experienţa extraordinară a unor fiinţe care se află dincolo de noi, într-o lume intangibilă. Fiinţele acestei lumi nu au consistenţă fizică, nu sunt tangibile sau influenţabile de către telespectator şi, astfel, prin transcenderea, prin detaşarea lor de spaţiul şi timpul decrepitudinii, ne domină.

Personajele micului ecran, prin necorporalitatea lor, dar şi prin relieful şi aspectul vizual pe care-l au, se încadrează mai curând într-o lume a spiritului, a formelor sau a ideilor, o lume în care numai mintea sau imaginaţia este invitată să participe. Aici pot fi trăite sentimentele de siguranţă, putere şi încredere pe care le inspiră eroii pozitivi, biruitori şi, totodată, fiorul pe care îl produc manifestările forţelor demonice. Este lumea în care se dă lupta binelui cu răul.

Lumea micului ecran, ca o lume total diferită de a noastră, cu alte legi de evoluţie, aparţinând unui alt spaţiu şi timp, poate fi foarte uşor identificată, chiar dacă numai la nivelul unei percepţii inconştiente, arhetipale, cu lumea „celestă” a spiritelor sau a zeilor. Desigur, acest fenomen este cu atât mai accentuat cu cât oamenii se raportează mai mult la „realitatea” TV ca la un model exemplar, în ultimă instanţă mitic. Astfel, televiziunea ca loc în care omul poate comunica simbolic cu lumea cealaltă, ca spaţiu în care se revelează lumea de dincolo poate fi uşor asimilabilă realităţii templului, un templu al unei lumi lipsite tot mai mult de adevăratul templu. Ecranul televizorului devine, în această perspectivă, poarta sau pragul de trecere către o altă realitate. O lume ce transcende realitatea cotidiană, o lume consacrată, ce se impune în conştiinţa oamenilor ca fiind exemplară şi, prin toate acestea, o lume a fiinţelor „celeste”.

3. Ruptura în neomogenitatea spaţiului profan

creează centrul prin care se poate comunica cu transcendentul, cu o realitate aflată la un nivel ontologic superior celei reale. În baza acestui reper se fondează „lumea”, făcându-se astfel posibilă orientarea omului în spaţiul existenţei; lumea capătă sens şi omul se orientează în ea numai prin prisma spaţiului sacru şi al comunicării cu transcendentul, cu divinitatea. Comunicarea devine posibilă prin intermediul sanctuarului sau templului. Într-un anume fel, se poate spune că această comunicare dă posibilitatea organizării şi transformării lumii în care omul trăieşte după chipul sub care i se arată sau sub care este percepută lumea sacră.

Se situează, oare, realitatea virtuală a micului ecran la un nivel ontologic superior celei reale? Are ea capacitatea de a fonda lumea reală, orientându-l pe om în spaţiul existenţei? Răspunsul îl primim din partea unor sociologi ca Baudriard, a unor semioticieni ca Eco sau a altor cercetători postmoderni: „Imaginea de pe ecran nu numai că a ajuns să aibă un statut egal cu acela al elementelor din sfera autenticului, dar lumea a ajuns să se împartă în ceea ce este comun (viaţa cotidiană) şi ceea ce este televizat, iar televizorului i se asigură un statut privilegiat” (Constantinescu 2001: 51) Pentru ficţiunea televizată a apărut o nouă denumire, conform cu impactul acesteia, şi anume aceea de hiper-realitate. Simularea realului ajunge mai reală decât realul.

„Cum s-a produs această schimbare ontologică? Cum s-a ajuns să fie împărţită lumea între ceea ce este comun şi ceea ce este televizat, celui de-al doilea acordându-i-se un statut privilegiat? se întreabă Tichi (Tichi 1991). Construind o falsă competiţie între viaţa reală şi televizor, industria publicitară înclină neîncetat balanţa în favoarea televizorului. Agenţiile de publicitate îndeamnă permanent publicul să prefere simulacrul, adică ceea ce apare la televizor. Semnificaţia faptului de a fi văzut la televizor a depăşit graniţele comerţului şi a avut ecouri mari în experienţa umană. Dacă lumea de pe ecran este locul unde

trebuie să te afli, atunci este inevitabil ca problemele complexe cum ar fi identitatea, experienţa, acţiunea să migreze şi ele spre ecranul televizorului şi astfel, în mod inevitabil, statutul acestor fenomene umane va fi influenţat de prezentarea lor la televizor. Pe scurt: televizorul a schimbat relaţia individului cu lumea sa naturală. Astăzi percepem evenimentele în termenii simulării de pe ecran. Altfel spus, trăim prin intermediul televizorului. Celebra propoziţie a lui Descartes «Gândesc deci exist» a fost înlocuită prin «Sunt văzut deci exist». În acest sens lumea de pe micul ecran ratifică existenţa în lumea reală. Tărâmul televizorului s-a transformat într-o lume în sine". (*Constantinescu* 2001: 55)

Explicaţia lui Tichi este corectă din punct de vedere psihologic sau sociologic, însă fenomenul este, după cum se va observa mai departe, cu mult mai complex. Desigur că mirajul televiziunii a avut o influenţă deosebită în apariţia acestei inversiuni de ordin ontologic, în care realul a ajuns să fie înlocuit cu simulacrul televizual sau cu hiper-realitatea; se pare însă că acest fenomen este, totodată, consecinţa unui mod de viaţă desacralizat, produsul tendinţei omului de a identifica spaţiul TV cu unul de tip sacru şi realitatea TV cu una mitică. Prea mare este asemănarea dintre structura spaţiului sacru şi aceea a lumii televizualului, ca să nu poată apărea această confuzie de natură perceptivă şi cognitivă, pentru ca telespectatorii să nu se implice, într-o modalitate sau perspectivă religioasă în această comunicare.

Oamenii se îmbracă şi se comportă după cum văd la televizor. Se gândesc la ceea ce televizorul le arată că este mai important, îşi formează orizontul de cultură, simbolurile şi valorile în consens cu cele ale televiziunii şi au păreri care tind să se subordoneze opiniei publice formate de televizor. Realitatea TV devine sfera care circumscrie viaţa omului modern sub toate aspectele ei. În societatea contemporană, televiziunea poate fi socotită pe bună dreptate centrul lumii, poate cu mai multă

îndreptăţire chiar decât în cazul popoarelor idolatre. Televizorul se află în centrul vieţii omului contemporan atât ca obicei, ca ritual cotidian, ca ore alocate, cât şi ca reper ideatic comportamental şi existenţial. Pe micul ecran se poate vedea, după cum se susţine în retorica programelor TV, tot ceea ce este mai important din cele care se petrec în lume, esenţialul, iar realitatea TV devine cu fiecare zi, într-o măsură tot mai mare, reperul principal al organizării şi guvernării politice şi sociale a lumii.

Oamenii care apar la televizor sunt, în general, priviţi cu mai multă atenţie, devenind un fel de mici eroi, chiar pentru cei apropiaţi din familie sau din comunitatea din care provin. Părerilor lor li se acordă mai multă importanţă. La fel, un fapt petrecut în comunitatea noastră şi transmis pe posturile TV devine unul extraordinar, exemplar. Indiferent de importanţa reală a unui eveniment, cu cât i se acordă mai multă atenţie la televizor – timpul alocat pe ecran, audienţa – în mod proporţional creşte importanţa acestuia în conştiinţa publicului. Se ajunge, astfel, la situaţii hilare în care oamenii care au participat în mod direct la un eveniment regretă că nu l-au văzut la televizor, căci ar fi fost mult mai interesant (*Dobrescu & Bârgăoanu* 2001: 216).

Aşadar, în societatea modernă, televiziunea are în cea mai mare măsură puterea sau autoritatea de a investi cu semnificaţie un act real. Şi invers, un fapt însemnat pentru viaţa comunitară, în cazul în care nu apare pe micul ecran, va trece neobservat. Acest fenomen arată, încă o dată, că modalitatea în care se raportează publicul la televiziune este aceeaşi cu aceea în care se relaţionează omul religios la sacru. Numai sacrul sau religiosul aveau în societatea tradiţională forţa de a da semnificaţie unui act obişnuit. Mai cu seamă în religiile idolatre, unde magicul este definitoriu, templul, un spaţiu prin excelenţă sacru, avea capacitatea, precum televizorul astăzi, de a arunca aura magicului, a fascinatoriului asupra tuturor actelor care se petreceau înăuntrul său.

Kubey şi Csikszenitmihály arată că *„televiziunea a devenit un mecanism care conferă sens şi semnificaţie unei lumi care, altfel, apare lipsită de semnificaţie*. Pentru telespectatorii înrăiţi, mass-media creează o redundanţă care amplifică la nesfârşit ceea ce este real şi demn de atenţie şi efort” (*Kubey & Csikszentmihályi* 1990). Exact acelaşi lucru îl afirmă şi Eliade în legătură cu modul în care sacrul influenţează viaţa omului religios: „În întinderea omogenă şi nesfârşită, în care niciun reper nu este posibil, în care nicio orientare nu se poate efectua, hierofania dezvăluie un «punct fix» absolut, un Centru” (*Eliade* 1992: 22). *„Acesta este semnul purtător de semnificaţie religioasă, ce introduce un element absolut şi pune capăt relativităţii şi confuziei*. Ceva ce nu aparţine acestei lumi s-a manifestat apodictic şi astfel indică o orientare şi hotărăşte asupra unei conduite”. (*Eliade* 1992: 27)

4. Distrugerea spaţiului sacru înseamnă întoarcerea la Haos, prin pierderea reperului fundamental al ghidului existenţial.

Pentru orice telespectator dependent de televizor, reîntoarcerea la viaţa reală prin eliminarea televizorului creează o stare de anxietate, de nelinişte şi nesiguranţă, duce la pierderea minimului echilibru. Fără televizor, acest om se plictiseşte, lumea nu-i mai spune atât de mult. Ea apare tot mai opacă şi haotică. Omul nu mai poate să se orienteze cu uşurinţă în ea. „În contrast cu mediul real, care este haotic, imprevizibil şi ostil, experienţa virtuală este ordonată, sigură şi plăcută. Este atât de ordonată, încât mulţi din cei care utilizează excesiv computerul consideră mediul înconjurător virtual preferabil celui fizic, la fel cum teledependenţii pot prefera uneori lumea de pe micul ecran celei reale” (*Constantinescu* 2001: 134).

Paradoxul este că lumea imaginilor de la televizor este realmente ea însăşi haotică, un adevărat coşmar, un amestec de trăiri şi senzaţii, de gânduri şi idei. Dar ceea ce i se oferă televizomanului este însuşi sentimentul

existenţei plenare, o viaţă iluzorie ca surogat al celei reale. Dependentului de imaginile TV, ca şi celui de drogul halucinogen, îi vine tot mai greu să fie subiectul personal al propriei existenţe, el nu mai poate decât să se lase dirijat în trăirile lui de „Misterul" ce învăluie hiper-realitatea lumii TV, cel „care se insinuează în lumea omului şi în viaţa sa, afectându-le necondiţionat" (*Velascol997*: 217)

În viziunea lui Eliade, „sacrul pune capăt temerii provocate de relativitate şi anxietate alimentate de dezorientare, oferă un punct de sprijin absolut" (*Eliade* 1992: 172). În societatea modernă, după cum s-a putut constata, rolul acestui spaţiu sau semn îl îndeplineşte televizorul. El anulează sentimentul anxietăţii, al relativităţii, al nesiguranţei şi dezordinii[60]. Pentru teledependent, viaţa adevărată a lumii este aceea care se vede la televizor. „Am văzut la televizor", se replică adesea. Prin retorica sa persuasivă de confirmare şi încredinţare, televiziunea ne induce permanent un sentiment de siguranţă. Această stare durează însă numai atâta timp cât ne uităm la televizor, căci după aceasta, deci după vizionare, stările amintite se vor acutiza.

„Asumându-şi responsabilitatea de a «crea-lumea pe care a ales să o locuiască, omul religios, observă Eliade, nu cosmeticizează doar haosul, ci sanctifică micul său univers făcându-l să devină asemănător cu lumea zeilor. Profunda nostalgie a omului religios este aceea de a locui într-o «lume divină», de a avea o casă asemănătoare «casei zeilor»". (Eliade 1992: 63) Astfel se explică nevoia omului de televizor, dorinţa acestuia de a-şi trăi viaţa după canoanele fixate de eroii micului ecran, de a avea o casă sau o viaţă asemănătoare cu a acelora sanctificaţi prin apariţia pe micul ecran.

Timpul sacru

60 „Deoarece textele mass-media oferă publicului un sentiment de ordine, ele acționează în sensul reducerii haosului - privitorul este asigurat de existența unei lumi sigure și ordonate." Vezi Mihaela Constantinescu, Post/postmodemismul..., p. 135.

— Timpul sacru este un timp mitic neidentificat cu cel istoric, în care se creează lumea, în care se instituie toate celelalte acte umane fundamentale.

— Timpul sacru poate fi reactualizat, retrăit la nesfârşit prin repetarea rituală a mitului creaţiei. A trăi timpul sacru înseamnă a te înveşnici.

— Timpul sacru presupune o ieşire din timpul istoric, conducând, prin participarea la actul creator divin, la o renaştere cu forţe noi.

— Timpul sacru este un timp festiv, sărbătoresc, al înnoirii, prin care omului i se dă posibilitatea unui nou început.

Omul religios[61] distinge două feluri de timp (Eliade 1992: 67 – 72): „Timpul profan, durata temporală obişnuită în care se înscriu actele lipsite de semnificaţie religioasă", şi timpul sacru, identificat cu timpul creaţiei sau al hierofaniei, timpul în care Dumnezeu a făcut lumea sau în care divinul a intervenit la un moment dat în istoria lumii. Acel timp de demult poate fi reactualizat, retrăit de omul religios prin repetarea rituală a mitului, a acţiunii de creare a lumii sau de consacrare a unui act uman oarecare.[62]

„Omul religios se scaldă periodic în timpul mitic[63] şi

---

61 Atunci când va fi amintit pe parcursul acestui subcapitol omul religios, citându-1 pe Mircea Eliade, nu-1 vom include în mod automat și pe creștin, deoarece în mai multe puncte afirmațiile care privesc pe omul religios descris în termenii fenomenologiei religiilor nu sunt valabile și în creștinism.

62 în fața cercetării ce vizează asemănarea dintre timpul televizualului și timpul sacru, se ridică o anumită problemă pe care o vom înlătura încă de la început prin clarificarea cadrului în care acest studiu se va desfășura. Timpul sacru pe care Eliade și ceilalți cercetători ai religiilor îl găsesc comun în majoritatea religiilor diferă în câteva puncte esențiale de timpul trăit în creștinism. Astfel că multe din afirmațiile următoare nu sunt valabile și în creștinism.

63 Timpul mitic, chiar dacă nu este identic cu cel creștin ca percepție și perspectivă teologică, reflectă tendința omului de a evada din existența profană lipsită de sens, în spațiul și timpul lumii transcendente, spirituale. Că acest efort constituie în cele mai multe cazuri un eșec,

sacru, regăseşte timpul originii, cel «care nu curge», deoarece nu ţine de durata temporală profană, constând dintr-un prezent etern recuperabil la nesfârşit" (*Eliade* 1992: 62). Timpul sacru înseamnă o ieşire, o evadare din timpul istoric prin participarea la actul creator divin. Retrăind actele creaţiei sau reiterând actele sau gesturile zeilor, omul religios, prin actul ceremonial (reactualizarea mitului), îşi manifestă, de fapt, dorinţa de a participa şi el la viaţa divinităţii, la experienţa cea adevărată, profundă şi esenţială. Timpul în care se desfăşoară acest ritual este considerat sacru, deoarece el se află în afara timpului istoriei profane, căci în acest timp omul comunică prin imitare şi identificare cu zeii săi. Invers, se poate spune că timpul în care omul religios urmăreşte, în gesturile existenţei sale cotidiene, să împlinească acte care decurg, prin asemănare, din cele divine, descrise sau cunoscute prin intermediul mitului, cum ar fi ritualul semănatului, al culesului, al vânătorii[64], se socoteşte a fi un timp îmbogăţit, primenit sau sacru.

„Acest comportament privitor la timp, afirmă Eliade, este suficient pentru a-l distinge pe omul religios de omul nereligios: primul refuză să trăiască doar în prezentul istoric; el se străduieşte să găsească un timp sacru care, în anumite privinţe poate fi omologat cu veşnicia". (*Eliade* 1992: 65) Timpul sacru este, prin excelenţă, festiv, sărbătoresc, iar sărbătoarea nu este doar comemorarea unui eveniment mitic, ci şi reactualizarea lui. Timpul sărbătorilor este pentru toate popoarele un timp ceremonial. Este un timp al înnoirii şi, de aceea, face posibilă o anumită detaşare, o eliberare de tensiunile şi problemele trăite în timpul istoric; un timp al reînnoirii, deoarece actul ritual, ca reactualizare a timpului sacru,

---

însemnând în fapt doar o evaziune în spațiul și timpul imaginarului sau al ritualurilor idolatre, aceasta este o problemă pe care cartea de față nu-și propune să o lămurească.

64 Este vorba de ritualizarea existenței cotidiene prin imitarea actelor pe care zeii le-au săvârșit în illo tempore și prin care se fondau, în fapt, aceste comportamente.

are această caracteristică de a-l face pe om să trăiască un nou început. De fapt, fiecare sărbătoare celebrează într-un fel chiar o înnoire a timpului istoric.

„În sărbătoare se regăseşte din plin dimensiunea sacră a vieţii, se regăseşte sfinţenia existenţei umane, care este o creaţie divină. În restul timpului rişti mereu să uiţi ceea ce este fundamental: că existenţa nu este dată de ceea ce numesc modernii Natură, ci este o creaţie a lui Dumnezeu. Sărbătorile sacre restituie deopotrivă dimensiunea sacră a existenţei, reamintind felul în care Dumnezeu sau strămoşii mitici l-au creat pe om şi l-au învăţat diverse comportamente sociale şi practice.

Timpul sacru este un timp exemplar, un timp al zeilor, al lumii de dincolo, al veşniciei sau al înveşnicirii. Este un timp în care dispare teama, tensiunea apropierii morţii" (*Eliade* 1992: 64 – 66). Este timpul vieţii plenare deoarece, prin trăirea actului ritual sau prin pătrunderea în acest timp, omul religios simte că se înveşnicește, hrănindu-se prin participare din timpul celor care nu îmbătrânesc.

Căutarea timpului sacru este, de fapt, căutarea paradisului pierdut sau expresia năzuinţei omului de a se înveşnici cumva, de a avea acces la împărăţia cerurilor. Prin pătrunderea în timpul sacru, omul iniţiază comunicarea cu lumea nevăzută, cu Dumnezeu, aspirând să rămână în aceasta pentru totdeauna[65]. Având în vedere cele expuse anterior, se pot desprinde patru caracteristici fundamentale ale timpului sacru. În cele ce urmează, vom încerca să vedem în ce măsură acestea definesc şi timpul în care se iniţiază telespectatorul prin vizionarea TV.

Timpul originar, mitic şi sărbătoresc al lumii micului

65 Cu toate că în nevoia omului religios de a se încadra înr-un timp religios, sacru se poate citi ușor dorința acestuia de a se mântui eliberându-se de moartea ce dospește în trupul său, îndepărtarea de Dumnezeul Cel Adevărat l-a făcut să-și piardă reperul și posibilitatea reală a înveșnicirii, a mântuirii prin biruința morții în Hristos. Plăsmuirea imaginară a unei realități „sacre", precum se întâmplă în religiile păgâne, și raportarea la aceasta nu este decât un refugiu, un surogat, o iluzie cu care omul își hrănește setea de Dumnezeu, setea de infinit.

ecran este omologat cu veşnicia

— Prin intermediul vizionării TV, telespectatorii se transformă în călători spaţio-temporali şi, astfel, au posibilitatea pătrunderii în timpul subiectiv al „eroilor civilizatori" ai micului ecran. Timpul TV, ca şi cel mitic, este un timp narativ, repetabil (prin reluarea vizionării), discontinuu şi structurat mozaicar, un timp diferit de cel istoric sau de acela pe care omul îl percepe şi îl trăieşte în viaţa obişnuită.

*— Ca şi timpul mitic, timpul lumii TV poate fi reactua*lizat *oricând în viaţa telespectatorului, prin vizionarea în reluare a unui film sau a unei alte emisiuni. Vizionarea conferă astfel sentimentul înveşnicirii.*

— Bătrâni sau tineri, toţi telespectatorii trăiesc empatic pe parcursul vizionării vârsta personajelor de pe micul ecran, precum se întâmplă în cazul reactualizării timpului mitic.

— Pătrunzând în timpul lumii TV, oamenii uită de grijile, necazurile sau de problemele cotidiene, nu mai conştientizează dureroasa trecere a timpului vieţii, se eliberează de spectrul îmbătrânirii, al lipsei de sens sau de cel al morţii. Vizionarea TV îmbracă un caracter sărbătoresc.

1. Timpul sacru este un timp mitic neidentificat cu cel istoric, în care se creează lumea, în care se instituie toate celelalte acte umane fundamentale.

Primul lucru care poate fi remarcat cu uşurinţă este acela că timpul perceput de-a lungul vizionării TV este diferit de timpul existenţei noastre cotidiene. Johnson foloseşte metafora „călători spaţio-temporali", pentru a arăta că vizionarea presupune şi o călătorie în timp.

Prin vizionare, pătrundem şi trăim în timpul lumii TV. Percepţia curgerii timpului, fiind un fapt subiectiv, de conştiinţă, atâta vreme cât omul este absorbit, prin vizionarea TV, într-o altă realitate, situată în timpul subiectiv al unei alte existenţe (timpul eroilor de la televizor), telespectatorul va percepe cu totul altfel

trecerea timpului. Prin proiecţie şi identificare devine posibilă trăirea pe durata vizionării TV a timpului subiectiv al personajelor sau evenimentelor de pe micul ecran, cu care a intrat în empatie telespectatorul.

Curge, oare, acest timp al televiziunii precum cel mitic sau cel sacru, aşa cum este el trăit în diferite religii? în mod evident, timpul televizualului nu este unul cu o desfăşurare continuă, precum cel pe care omul îl percepe în mod obişnuit în viaţa sa; nu este timpul trăit de un subiect uman, timpul care trece şi nu se mai întoarce, acelaşi pentru toţi contemporanii lui. Nu este timpul transformărilor, al devenirii, al îmbătrânirii, al unui prezent care devine trecut; un trecut care se îndepărtează cu fiecare clipă tot mai mult. Timpul televizualului are o structură mozaicară, fiind compus dintr-o mulţime de istorisiri, de fapte desfăşurate în momente diferite. Este un timp discontinuu, în care nu pot fi parcurse şi trăite toate faptele petrecute între două momente diferite. Timpul TV este un timp structurat de creatorii de programe cu scopul de a pune în evidenţă semnificaţia faptului transmis, valoarea faptelor, a trăirilor, mirajul. În lumea televizuală, nu este atât de importantă situarea în timp (ziua, luna, anul) sau durata desfăşurării unui eveniment sau a unui film, ci semnificaţia faptelor transmise sau însăşi captivarea telespectatorului în acţiunea de pe micul ecran. (*Constantinescu* 2001: 136) Este vorba de un timp al naraţiunii, dar şi al seducţiei, al trăirilor empatice în interiorul lumii imaginare, şi nu al devenirii ca subiecte personale.

Filmele sau programele ne impun participarea la un timp propriu care, prin reluarea emisiunii, poate fi retrăit de telespectator în chip identic. Nu există niciun alt gest în existenţa umană care să poată fi retrăit în acelaşi cadru de timp, în aceeaşi durată. Numai timpul televiziunii ca timp mitic permite aceasta. El oferă repetarea perfectă a timpului mitic sau a realităţii televizuale respective. Aceasta se întâmplă chiar mai bine decât în cadrul mitului

sau al ritualului religios, care poate fi reprodus oricând în istorie, dar în alte condiţii fizice, cu alţi oameni. Prin urmare, timpul lumii TV, ca unul structurat, discontinuu, repetabil (prin intermediul reluărilor), a cărui curgere nu este semnificativă decât pentru desfăşurarea naraţiunii la care telespectatorul este chemat să participe, este diferit de cel istoric. Este prin excelenţă un timp mitic.

Întreaga atmosferă a peisajului televizual, importanţa care se acordă acestei lumi – milioanele de oameni care participă prin vizionare la faptele şi evenimentele transmise – conferă o aură aparte întregii „realităţi" TV, făcând-o cu adevărat mitică, exemplară şi semnificativă pentru istoria lumii reale. Timpul în care se trăieşte dincolo de ecranul televizorului devine mitic sau sacru nu numai prin cele enumerate mai sus, ci prin însuşi faptul că lumea de dincolo aparţine unui spaţiu de tip sacru, astfel că toate concură în a da coerenţă unei percepţii mitice realităţii televizuale.

2. Timpul sacru poate fi reactualizat, retrăit la nesfârşit prin repetarea rituală a mitului creaţiei. A trăi timpul sacru înseamnă a te înveşnici. (Eliade 1992: 75)

Oferă timpul trăit de telespectator sentimentul unei înveşniciri, al depăşirii condiţiei de fiinţe supuse sub vremuri? Trebuie să observăm că realitatea televizualului nu are trecut sau viitor, ci numai un continuu prezent. Este o istorie pe care televizorul o plăsmuieşte şi o poate reproduce de oricâte ori doreşte. Ea s-a consumat, dar poate fi reluată în mod identic, precum în cazul naraţiunilor mitice. Vizionarea aceluiaşi film ne dă, ori de câte ori o reluăm, sentimentul că trăim în prezentul aceleiaşi realităţi. Bătrâni sau tineri, trăim prin identificare, în calitate de telespectatori, vârsta celui de pe micul ecran. Dispunem de tinereţea, agilitatea, puterea sau prospeţimea sa. Uităm o clipă de noi şi visăm. Astfel, televiziunea ne permite pe parcursul vizionării (însă numai pe durata ei) să ne simţim fără vârstă, oarecum nemuritori.

Faptul este, de altfel, caracteristic tuturor

fenomenelor de evaziune în imaginar (vis, halucinaţii etc.) şi explică însăşi nevoia de a evada sau, în cazul nostru, nevoia de televizor. (*Durând* 1999) Practic, ceea ce imaginarul oferă cu „generozitate" pentru câteva clipe este uitarea. Omul uită că este muritor, că fiecare clipă care se scurge îl apropie de moarte. Unii uită de grijile, de durerile, de greutăţile de fiecare zi, de lipsa de sens care se trăieşte atât de intens în lumea noastră desacralizată. Alţii uită de greşelile, de murdăriile sau păcatele săvârşite, uită de datorii şi de presimţirea că odată vor trebui să dea socoteală pentru toate acestea.

Televiziunea, înserându-i pe telespectatori în psihomentalul personajelor de dincolo de ecran, introducându-i în timpul mitic, al înveşnicirii în clipa trăită empatic, este cel mai bun analgezic sau anestezic al simţului realităţii şi al celui al responsabilităţii, şi, practic, un fel de leac pentru a uita că trebuie să ne trăim propria viaţă. Timpul TV este un permanent prezent al creaţiei (lumii TV), iar importanţa care se acordă unui fapt, pentru că apare în spaţiul pseudosacru al televizorului, face ca actul acela să devină exemplar, semnificativ pentru istorie. El dă, astfel, sens istoriei văzute. Din acest punct de vedere, televiziunea este tehnologia ideală reproducerii mitului.

Acest prezent continuu la care ne cheamă televiziunea este, de fapt, timpul în care omul simte că se înveşnicește, în sensul că uită de dureroasa trecere a timpului vieţii sale. El nu te trimite la altceva, ci te ţine, te revendică numai pentru el. Este şi aceasta o formă de înveşnicire într-un permanent prezent al televiziunii. De fapt, una din caracteristicile televiziunii este, după specialişti, chiar instituirea acestui prezent continuu care ne limitează, ne înrobeşte în limitele sale înguste. În prezentul televizualului este condensată întreaga istorie trecută şi viitoare. El nu lasă timpul reflexiei, ci cheamă doar la a trăi cu intensitate maximă realitatea respectivă. Aceasta este atmosfera dominantă a lumii TV.

Filmele, programele de ştiri, toate aparţin numai unui prezent continuu, care oferă siguranţă în interiorul său. Este, de fapt, un timp închis, fără ieşire, pentru că el nu trimite la o depăşire, la o finalitate, la un eshatologic, la acţiune din partea minţii şi a trupului, spre devenire reală, spre un anumit sens. Logica, sensul şi desfăşurarea acestui timp aparţin nu lumii reale, ci spaţiului imaginar.

3. Timpul sacru presupune o ieşire din timpul istoric conducând, prin participarea la actul creator divin, la o renaştere cu forţe noi (Eliade 1992: 75).

Este evident că şi timpul televizual, ca şi cel mitic, este un timp anistoric ce presupune o ieşire din timpul vieţii noastre personale şi al lumii contemporane nouă. Concomitent însă, el prilejuieşte o înnoire permanentă a unor trăiri intense, prin empatia cu personajele de pe micul ecran. Este timpul când ne aflăm împreună cu cei pe care îi apreciem, îi admirăm, cei care ne dau sens, când ne aflăm în centrul atenţiei, când participăm la existenţa exemplară. Sentimentul de care este animat telespectatorul, atunci când se uită la televizor, este acela că trăieşte o altă dimensiune a existenţei sale. Se simte mai tânăr sau mai bătrân, ia de la capăt o existenţă cu puteri înnoite, împreună cu personajele de pe micul ecran. Este cu adevărat un timp exemplar, căci este puternic, este intens, ne umple acele clipe.

4. Timpul sacru este un timp festiv, sărbătoresc al înnoirii prin care omului i se dă posibilitatea unui nou început (Eliade 1992: 64).

De câte ori nu ni s-a întâmplat să ne aşezăm în faţa televizorului seara, după o zi de muncă, cu sentimentul că avem dreptul să ne bucurăm de acest moment festiv pe care ni-l oferă televiziunea? Fie că este un meci de fotbal, fie un film pasionant, aşezarea în faţa televizorului îmbracă într-adevăr haina trăirii unui timp sărbătoresc. În urma vizionării însă, lumea ne apare tot mai monotonă, mai tristă, ne simţim goliţi şi oarecum indispuşi să constatăm că trebuie să trăim într-o astfel de lume. Cenuşiul

cotidianului, grijile, o lume nebună ne sperie şi ne fac să jinduim reîntoarcerea la atmosfera perpetuu sărbătorească (distractivă) a micului ecran, la siguranţa unei existenţe în care poţi avea totul – bogăţie, putere, forţă, strălucire etc. – fie şi numai în mod iluzoriu.

Televiziunea creează o breşă în istoria imediată, facilitând comunicarea cu istoria memorabilă a lumii TV care se desfăşoară în paralel şi care reflectă, dar şi redimensionează, în acelaşi timp, însăşi istoria lumii în care ne desfăşurăm existenţa. La televizor, fiecare clipă marchează un început memorabil sau presupune repetarea unui act exemplar. Timpul micului ecran nu este liniar şi succesiv, ci se poate dilata sau contracta, poate să se rupă sau să se repete, este timpul unor fiinţe care transcend lumea noastră, şi la care se poate participa, poate fi actualizat numai prin vizionarea TV.

Mitul

— *Mitul povesteşte un episod din viaţa zeilor sau a eroilor civilizatori, dezvăluie modul în care aceştia ar fi creat lumea sau în care au instituit un comportament anume*.

— *Acţiunea mitului se petrece în timpul şi în spaţiul sacru, iar prin intermediul său, este fundamentată existenţa omului „religios" (a idolatrului în speţă), comportamentul şi mentalităţile sale*.

— *Reactualizarea miturilor în viaţa omului „religios", prin actul ritual, este mijlocul prin care acesta comunică cu zeii săi. Prin participarea la existenţa mitică, prin imitarea zeilor, se dobândeşte sentimentul unei trăiri intense, plenare, al împlinirii şi al realizării*.

Mitul povesteşte o faptă de demult, de la începutul timpului şi crearea lumii, ceea ce zeii sau fiinţele divine au făcut la crearea timpului (*Eliade* 1992: 72 – 106). El proclamă apariţia unei noi situaţii cosmice. Este povestea noii creaţii: se povesteşte cum s-au săvârşit lucrurile, aşa cum au început să fie. Odată spus sau revelat, mitul devine adevăr absolut, de necontestat. „Este aşa pentru că se

spune (n.n. spune mitul) că este aşa", declară eschimoşii netsilik (*Eliade* 1992: 89).

„Irupţia sacrului în lume, povestită de mit, întemeiază cu adevărat lumea[66] Fiecare mit arată cum a început să existe o realitate, fie ea o realitate totală, Cosmosul, sau chiar un fragment: o insulă, o specie vegetală, o instituţie umană. Narând cum au început să apară lucrurile, ele sunt explicate şi se răspunde indirect la întrebarea «de ce» au început să existe. Acest «de ce» este mereu parţial conţinut în «cum» şi aceasta pentru simplul motiv că, povestind cum s-a născut un lucru, se dezvăluie irumperea sacrului în Lume, cauză ultimă a oricărei existenţe reale". (*Eliade* 1992: 90)

Sunt mituri care vorbesc despre fertilitatea pământului şi care fondează comportamentul agricultorilor; mituri care istorisesc cum un personaj sacru a fundamentat pescuitul şi navigaţia, şi acestea vor fi model pentru pescari şi navigatori etc. Omul religios se străduieşte permanent să reactualizeze în propria viaţă miturile, să se apropie, astfel, de zei şi să participe la Fiinţă. Prin aceasta, mitul „devine modelul exemplar al tuturor activităţilor umane: el este singurul în măsură să dezvăluie realul, supraabundenţa, eficienţa". (*Eliade* 1992:

66 întemeind această analiză pe criteriile cele mai generale de identificare a fenomenului de tip religios, nu dorim să se înțeleagă faptul că susținem relativismul religios de tip nihilist, care spune că toate religiile sunt la fel de bune, căci duc către același Dumnezeu. în același timp, recunoaștem însă că fragmente ale revelației primordiale s-au păstrat în cele mai multe din religiile lumii, sub formă de arhetipuri sau structuri ale actului religios. Caracterul ritual sau mitul ca narațiune a actului creator sau a faptelor exemplare, demne de reactualizat în viața noastră este un astfel de element. Că el a fost schimonosit adesea până la desfigurare este cu totul altceva. Oricum, actul ritual de actualizare a miturilor în viața oamenilor sau a comunităților umane exprimă această dorință a omului de a se pune în acord cu Creatorul lumii, de a participa la realul profund, la transcendență, reprezintă dorința omului de a se elibera de condiția profană a existenței, de vremelnicie, în căutarea veșniciei și a absolutului. Este, practic, o nesfârșită sete de ființă, de comunicare cu Părintele ceresc, cu rudele sale de sus, o anumită nostalgie a paradisului pierdut.

91) Toate actele umane ajung astfel să fie modelate prin intermediul mitului.

1. Mitul este o acţiune exemplară prin care se creează lumea, se generează arhetipurile, modelele tuturor actelor umane fundamentale;

2. El s-a petrecut undeva în timpul sacru: *illo tempore*;

3. Se revelează în istorie şi devine din acel moment adevăr absolut, cu putere modelatoare pentru comportamentul orului pe care îl vizează;

4. Numai pe măsura participării la existenţa mitică, prin imitarea comportamentului zeilor, omul religios se menţine în sacru şi, prin urmare, în realitate;

5. Datorită reactualizării miturilor, a gesturilor divine în existenţa cosmosului, lumea este reînnoită şi sanctificată prin comunicarea cu zeii şi cu sacrul.

Lumea TV ca realitate mitică

— *Mitul este prezent în majoritatea genurilor de emisiuni TV*.

— *Oamenii se raportează la lumea TV, ca la o realitate mitică*.

— *Televiziunea se foloseşte de mit, de autoritatea sa, pentru determinarea comportamentelor şi a mentalităţilor, în următoarele modalităţi*: *a*) *instrument al manipulării politice*; *b*) *mijloc al formării identităţilor* (*a consumatorul ideal*).

Literatura referitoare la televiziune – ca instituţie creatoare de noi mitologii (care se foloseşte de mit pentru a modela mai uşor gândirea şi comportamentul uman) este foarte bogată. Unii se referă la motivele mitice pe care le propune filmografia – lupta dintre erou şi monstru, bătălia şi încercările iniţiatice, figurile şi imaginile exemplare, tânăra fată, eroul, peisajul paradiziac, infernul etc. (Eliade 1992: 121) Alţii demonstrează caracterul ritual, chiar mitic al construcţiei ştirilor, care mai mult dramatizează, apelând la emoţional, la trăiri subiective ritualice, decât informează. (Berger, 1991: 199) Ştirile, spune P. Dahlgren,

sunt structurate sau prezentate în „modalităţi care sunt simbolice, rituale, în ultimă instanţă mitice, iar nu informaţionale” (Dahlgren 1992: 205). Jean Baudrillard insistă mult pe miturile consumatoriste, pe mitul american. Sunt, de asemenea, descifrate de diferiţi sociologi miturile folosite în reflectarea televizuală a conflictelor politice sau a războaielor. Miturile instituite de vedete ale zilei, actori, eroi populari etc.

Mitul este prezent în majoritatea genurilor de emisiuni TV. Cu toate că foarte puţini sunt conştienţi de acest lucru, cei mai mulţi oameni sunt astăzi influenţaţi în înţelegerea mesajului televiziunii, în gândire şi comportament, în întregul mod de viaţă prin împărtăşirea simbolică din miturile TV, prin participarea rituală la actul televizual.

Televiziunea se foloseşte de mituri în două modalităţi diferite: pe de o parte, vrând să favorizeze înţelesul pe care doreşte să-l confere unui fenomen, îl încadrează pe acesta într-o structură mitică. Pe de altă parte, prin autoritatea televiziunii, apelându-se la gândirea mitică (simboluri şi arhetipuri), se impun noi mituri în conştiinţa colectivităţii, mituri în care se află concentrat codul de valori şi de comportament al omului modern.

Care sunt motivele pentru care lumea TV poate fi uşor asimilată cu o realitate mitică ce conferă un caracter ritual actului vizionării?

1. Oamenii, faptele şi lucrurile, prin apariţia pe micului ecran, sunt încadrate într-un spaţiu şi timp ale căror caracteristici sunt similare cu cele ale spaţiului şi timpului sacru.

2. Lumea TV ne transcende, este dincolo de noi, este intangibilă.

3. Caracterul public al televiziunii favorizează, în mod deosebit, impunerea lumii TV în conştiinţa oamenilor ca o realitate cu caracter mitic. Actul urmăririi unui meci, de exemplu, este împărtăşit de milioane de oameni simultan. Această participare colectivă, chiar dacă numai

într-un mod virtual, la acelaşi eveniment mediatic are un efect puternic, copleşeşte şi dă evenimentului respectiv o semnificaţie proporţională cu audienţa pe care o are, deşi, în realitate, faptul mediatizat poate fi lipsit de importanţă. Apariţia pe micul ecran conferă valoare, creşte importanţa şi relieful oricărui act, oricât de nesemnificativ ar fi, căci, se subînţelege că, dacă nu ar fi atât de important, nu s-ar afla în atenţia atâtor oameni.

Este, de fapt, un cerc vicios; un eveniment tocmai pentru că este urmărit de mulţi se vădeşte ca fiind important, ceea ce-l face să fie urmărit de mult mai mulţi oameni. Recunoaşterea publică dă relief, poate face ca un fapt minor să pătrundă în conştiinţa colectivă, îndreptăţindu-l prin aceasta să devină un reper comunitar. În general, televiziunea încearcă să dovedească prin orice mijloc importanţa faptelor prezentate.

4. Legătura strânsă cu televizorul, dependenţa de mesajele şi imaginile sale, pentru satisfacerea nevoii de divertisment, de orientare, de informare etc. îl face pe om să se situeze tot mai mult într-o postură „filială”, într-un raport de subordonare şi de dependenţă faţă de autoritatea televiziunii. Aceasta devine un părinte care dă copiilor săi tot ceea ce au nevoie, satisfăcându-le de la micile plăceri ale divertismentului până la nevoile mai înalte ale definirii identităţii, socializării sau nevoii de a comunica, cu condiţia de a fi urmărit cu docilitate.

5. La autoritatea televiziunii, dar şi la caracterul său ritual, contribuie, de asemenea, ritmicitatea şi durata în timp pe care se manifestă acest obicei în viaţa omului modern. Câteva ore de vizionare, acordate zilnic de o mare parte a populaţiei pe parcursul zecilor de ani, este un obicei a cărui frecvenţă şi durată mai poate fi întâlnită doar în situaţia actului religios. Şi în acest caz, numai cei mai râvnitori ajung, în mod obişnuit, ca, în contextul vieţii cotidiene, să acorde câteva ore rugăciunii sau slujbelor Bisericii.

7. Însuşi actul vizionării, ca atitudine fizică

(organizare a spaţiului în care se desfăşoară vizionarea) şi mentală, este asemănător cu unul ritual. Telespectatorii se aşază la câţiva metri de televizor, în linişte, în general, într-o cameră semiîntunecoasă. Mesajul TV domină întreaga atmosferă. Spectatorii (adepţii) sunt ascultători şi atenţi. Alte activităţi desfăşurate în acest timp sunt mai puţin probabile. Însuşi spaţiul camerei este organizat (dispunerea lucrurilor şi a oamenilor) în funcţie de televizor. Televizorul este pus astfel încât să poată fi privit de cât mai mulţi şi din poziţii cât mai comode. Adică, o activitate obişnuită desfăşurată în spaţiul respectiv să aibă loc aproape automat cu faţa la televizor. Dar orientarea strictă a unei activităţi într-o anumită direcţie se întâlneşte numai în realitatea religioasă. Spaţiul profan este omogen şi uniform, el nu are direcţii privilegiate. Pentru omul religios însă, locul unde. Se revelează Dumnezeu structurează întregul spaţiu. Creştinul se închină către răsărit, mahomedanii se întorc cu faţa către Meca. În toate religiile care au temple şi altare, ritualul religios se desfăşoară cu faţa îndreptată către altar. Pentru un creştin obişnuit în casa lui, rugăciunile şi le face în faţa icoanei – chipul Mântuitorului sau al Maicii Domnului, sau către răsărit.

8. Dincolo de acest cadru al desfăşurării vizionării TV, care favorizează o receptare ritualică a mesajului, chiar mesajul în sine are în mod preponderent o structură mitică, şi nu raţională, din următoarele motive:

a) Forma de prezentare a întregului conţinut al programelor TV este una dramatică. Punând accentul pe naraţiune, pe impresia emoţională, mai mult decât pe mesajul discursiv, raţional (*Berger*, 1991: 199), conţinutul programelor de televiziune se aseamănă mult sau este uşor asimilabil actualizării narative, dramatice a mitului.

b) Retorica implicită sau explicită ce caracterizează toate genurile TV ne sugerează că tot ceea ce ni se oferă spre vizionare poartă pecetea extraordinarului, este o lume exemplară. „Noi vă furnizăm adevărul, esenţa, noi deţinem

controlul absolut al tuturor situaţiilor, cheia, explicaţia, puterea şi siguranţa", se afirmă cu subînţeles în tot ce apare pe micul ecran.

Toate acestea fac ca lumea televiziunii să dobândească o uriaşă forţă de persuasiune şi insinuare în conştiinţa telespectatorilor, „afectându-le viaţa în mod necondiţionat" (*Velascol 997*: 217), la fel cum se întâmplă în cazul Misterului. Numai mitul sau actul religios au mai avut, în istorie, o forţă de influenţare, de unificare şi de omogenizare similară televiziunii. Altfel spus, televiziunea reuşește să se instituie ca putere modelatoare asupra comportamentului uman, jucând un rol esenţial în societatea modernă, tocmai pentru că lumea la care ne invită să participăm prin vizionare este o realitate cu importante valenţe mitice. „Televiziunea a devenit, spune M. Constantinescu, standardul prin care este judecată, ordonată şi înţeleasă lumea non-televizată (realitatea cotidiană), transformându-se într-un soi de limbaj specializat care furnizează termenii prin care fenomenele non-televizate pot căpăta semnificaţie". (*Constantinescu* 2001: 214)

Mitul ca instrument politic

Televiziunea se foloseşte de mituri în primul rând pentru a facilita sau eficientiza transmiterea înţelesului pe care creatorii de programe intenţionează să-l inoculeze în minţile telespectatorilor. Transmisiunile în direct, comentariile şi chiar modul în care sunt structurate conflagraţiile sau războaiele pe micului ecran îmbracă un caracter mitic. Ignatio Ramonet, spre exemplu, identifică în contextul transmisiunilor TV ale războiului din Golf (anul 1991) trei mituri sau trei obiecte cu forme precis determinate, care au căpătat aspecte de mit: masca de gaze, avionul nedetectabil şi rachetele Patriot. (*Ramonet* 2000: 124) Iată cum au fost structurate două dintre principalele mituri care au animat mediatizarea războiului din Golf.

Masca de gaze, „imagine apărută ca din adâncul

temerilor noastre, îi dă aceluia care o poartă un chip de hymenoptera, de insectă ameninţătoare cu ochi mari şi rotunzi, şi gura filtru. Aminteşte mai ales de obsesia arhaică a unui mort invizibil şi inodor" (*Ramonet* 2000: 124). Masca de gaze simboliza „ameninţarea cu anularea omului nou pe care să-l trimită spre latura tulbure a mulţimilor fără chip, fără voinţă" (*Ramonet* 2000: 124). Văzând mulţimile de soldaţi cu măşti de gaze pe faţă, se sugera grozăvia depersonalizării pe care o aduce dictatura. Saddam Hussein devenea monstrul care creează această stare de lucruri. Portul măştii de gaze datorat ameninţării regimului lui Saddam Hussein sugerează ameninţarea pe care o prezintă orice regim dictatorial.

Al doilea obiect este bombardierul American FI 17, numit „nedetectabilul", o pasăre ciudată care stârneşte un fior profund. Este venită parcă din altă lume, fantastică şi misterioasă. Secretul acestei păsări de metal este că nu poate fi detectată. Invizibilul, spune Ignacio Ramonet, încarnează aici un mit mai vechi, precum Ulisse. Simbolul acestei invizibilităţi „este speranţa inconştientă a cetăţeanului mai supravegheat ca niciodată în societatea noastră liberă de a deveni la rândul lui invizibil, ca o fantomă, un suflet, un spirit şi în acelaşi timp material ca o fiinţă vie" (*Ramonet* 2000: 127).

Nu ne vom îndepărta încă de zona mitologiei politicului, pentru a observa un alt aspect important al funcţiei mitice a televiziunii.

Mitul terorismului

O a treia caracteristică a mitului, adică revelarea lui în istorie şi valoarea de adevăr absolut pe care o capătă din acel moment, este intens exploatată de media vizuală. Odată cu apariţia la televizor a unui eveniment, acesta poate căpăta un relief sau un ecou profund în conştiinţa oamenilor, devenind reper fundamental în istoria ulterioară.

Cel mai bun exemplu, în acest sens, ni-l oferă atacul de la 11 septembrie 2002, din New York. Până în acea zi,

ideea de terorism nu avea un relief bine conturat în conştiinţa oamenilor din întreaga lume, iar nume precum Ben Laden şi Al Quaeda erau total necunoscute. Ce a schimbat acea transmisiune în direct reluată de mii de ori pe toate posturile de televiziune? Terorismul a devenit problema principală pe ordinea de zi, nu numai a oamenilor politici sau a mass-mediei, dar şi în conştiinţa a sute de milioane de oameni. Întreaga lume a fost cutremurată de ideea de terorism. Până şi în România au început să se dea alarme, să fie analizat fenomenul terorismului, să se caute genţi cu bombe în staţiile de metrou. Politica mondială şi-a redefinit vectorii de acţiune. S-au dat legi pentru ascultarea tuturor telefoanelor. S-au organizat strategii mondiale şi naţionale de luptă împotriva terorismului, de control mai atent al mişcărilor şi libertăţii persoanei. Cu toate acestea, nu terorismul este problema principală a majorităţii popoarelor lumii, inclusiv a României. El constituie doar un mit care fundamentează un anumit tip de comportament al marilor puteri politice.

Reversul sau dovada ghidării conştiinţei publice sau individuale după miturile TV se vede în faptul că evenimente mondiale cu o semnificaţie deosebită, dacă sunt nemediatizate, dacă nu apar pe sticla ecranului, alunecă în întuneric sau în inexistenţă. Un exemplu clasic îl reprezintă invazia americană în Panamá, desfăşurată exact în aceleaşi zile cu Revoluţia română. Cu toate că acolo au fost omorâţi de armata americană peste 2000 de oameni – femei, copii, bătrâni sau tineri, majoritatea neînarmaţi – dublu decât în România, faptul a rămas aproape necunoscut. Ignatio Ramonet se întreabă: „De ce n-a vorbit nimeni despre genocidul din Panamá, nici despre masacre? Armata americană nu le-a permis jurnaliştilor să filmeze scene de război, «nicio imagine a luptelor», constată un critic de televiziune. Or, un război invizibil nu impresionează pe nimeni, nu revoltă opinia publică” (*Ramonet* 2000: 114).

Mitologizarea prin televiziune

Televiziunea redefineşte, prin funcţia sa mitică, conceptul de istorie, de timp, de spaţiu şi de existenţă. Există numai ceea ce se vede, ceea ce pătrunde în conştiinţa umană, adică ceea ce este televizat. Televiziunea confiscă, practic, realul pentru a ne introduce în hiper-realul lumii TV.

În afara funcţiei de influenţare a gândirii politice – fundamentarea anumitor atitudini politice ale puterilor conducătoare – mitul TV este folosit şi pentru modelarea comportamentelor şi a identităţii publicului.

Din anii ’70, s-a început studierea mai atentă a mecanismelor de imitare pe care le pune în mişcare televizorul. Se pare că, prin vizionarea TV, ca şi în cazul mitului, oamenii, mai ales tinerii, au tendinţa de a imita sau a-şi însuşi comportamentele eroilor de pe micul ecran. Consacrarea, forţa, eficienţa, intangibilitatea, întregul cadru mitologic, fac ca personaje precum Madona, Michael Jackson, prezentatoare de modă, actori, sportivi şi VIP-uri să devină, prin intermediul televiziunii, modelele sau chiar idolii multor telespectatori.

Douglas Kellner acordă o atenţie specială influenţei acestor mitologii ecranizate asupra identităţii şi vieţii omului contemporan. În cartea *Cultura ca afacere*, el analizează atât modul în care este construit şi pus în scenă mitul Rambo, comportamentele pe care acesta le consacră, cât şi efectul răspândirii acestui mit în lumea occidentală.

„Rambo-mania”.

Rambo s-a dovedit a fi unul dintre cele mai populare filme ale epocii sale. La numai trei luni de la lansarea pe piaţă, încasările brute atingeau 150 de milioane de dolari numai în SUA. Un roman bazat pe film s-a vândut în 800.000 de exemplare. Doar după o lună şi jumătate de rulare, în SUA se vânduseră 600.000 de exemplare de postere cu Rambo şi 11 sortimente de nasturi Rambo.

Milioane de oameni nu numai că au văzut filmul, dar s-au decis să se identifice cu el şi să apară în public purtând imaginea lui Rambo (tricouri, şepci etc.) (Kelner

2001: 188). Au apărut arme de jucărie, vitamine, accesorii de luptă, articole de îmbrăcăminte Rambo şi chiar o poştă specială ce trimite Rambograme. Efectul nu s-a rezumat numai la spaţiul american. Filmul a depăşit recordurile şi în Africa de Sud, Hong Kong, Taiwan, Venezuela, Israel, Liban, San Salvador, Marea Britanie etc.

Rambo a devenit un ideal şi un model pentru tinerii din întreaga lume. „Ofiţeri şi soldaţi din armata Salvadorului au început să poarte acelaşi tip de eşarfă la gât şi bentiţă în jurul frunţii ca şi vânjosul Rambo" (Kelner 2001: 90). „Locuitori ai unui cartier select din Rochester au reclamat acte de vandalism ale unor tineri Rambo Raiders", admiratori ai lui Rambo. Joan Cortez, una din persoanele a căror casă a fost ţinta actelor de vandalism declară: „Aceşti tineri simt că, dacă Rambo poate să facă aşa ceva, pot şi ei" (Kelner 2001: 89).

„Un băiat de 15 ani înarmat a pus capcane de tip jungle în parcul localităţii în care trăia. Un bărbat care interpreta rolul lui Rambo a fost trimis după gratii pentru că ar fi spălat creierul copiilor şi ar fi conspirat cu unul dintre ei în vederea omorârii părinţilor lui. Poliţia a spus că el folosea arme şi muniţie de luptă pentru a-i obişnui pe tinerii între 11 – 15 ani cu tacticile luptei de comando. Pe unii dintre băieţi i-a dus să vadă *Rambo* de zece ori, J după cum a declarat sergentul James Huey din unitatea de luptă împotriva delincventei juvenile" (*Kelner* 2001: 89).

Un adolescent aflat pradă iluziei că este Rambo a fost condamnat pentru înjunghierea celui mai bun prieten al mamei sale. „Un tânăr a declarat poliţiei că se juca de-a Rambo cu un vecin de 15 ani în noaptea în care acesta a fost ucis. (...) El a fost acuzat de multiple lovituri care au dus la moartea băiatului. Rambo s-a instalat ferm, aşadar, în folclorul SUA şi efectul Rambo a continuat să producă violenţă". (*Kelner* 2001: 90)

Rambo este cu adevărat un personaj mitic ale cărui fapte se petrec într-un spaţiu şi timp mitic, undeva în jungla vietnameză sau în perimetrul magic al micului

ecran. Prin televiziune el se revelează în istorie şi pentru mulţi devine, din momentul vizionării filmului, un adevăr absolut, un model eroic cu putere modelatoare pentru comportamentul uman. Tinerii şi adulţii de pe tot cuprinsul globului găsesc în persoana lui Rambo, prin intermediul televizorului, pe eroul legendar care, prin imitare, oferă posibilitatea participării la existenţa extraordinară, la lumea exemplară a mitului, la dobândirea identităţii, la realizarea într-un plan ce transcende monotonia unei societăţi desacralizate şi haotice. Prin vizionarea TV şi prin reproducerea pseudorituală a gesturilor arhetipale ale lui Rambo, omul modern se simte mai puternic, reînnoit sau reînsufleţit.

Comunicarea magică cu personajul fantastic Rambo dinamizează, entuziasmează, dă la milioane de oameni posibilitatea să-şi găsească o identitate, un idol sau un zeu care să le garanteze puterea, eficienţa şi nemurirea. Actualizând acest vis în viaţa cotidiană, într-o formă sau alta, într-un grad mai mare sau doar prin câteva gesturi minore, oamenii trăiesc de fapt nostalgia paradisului pierdut demult, la începutul lumii, şi pe care se simt tot mai puţin capabili să-l redobândească prin închinarea la Dumnezeul Cel Adevărat.

Televizorul – templu al lumii moderne, temeiul unui alt fel de sanctificări

— Lumea TV se instituie, funcţional vorbind, ca templu sau sanctuar al lumii moderne.

— Aşa cum templul în religiile idolatre este spaţiul comunicării cu lumea de dincolo şi temeiul transformării (sanctificării) lumii, după modelul celei exemplare, a mitului, tot aşa televiziunea, ca templu al lumii moderne, oferă posibilitatea comunicării cu „realitatea" micului ecran şi a modelării, a transformării realităţii cotidiene după modelul celei mitologizate, consacrate la televizor.

— Reactualizarea periodică a gesturilor divine, afirmă Eliade, este necesară pentru „a-i învăţa pe oameni sacralitatea modelelor" în această perspectivă, caracterul

mitologic al programelor TV este cultivat prin două metode: *1. vizionarea în reluare şi urmărirea pe perioade lungi a unui serial sau a unei emisiuni care are un cadru de acţiune şi nişte protagonişti stabili*; *2. reproducerea în majoritatea filmelor sau a emisiunilor a aceloraşi motive mitologice*.

— „*Funcţia de bază a mitului, spune Eliade, este aceea de a fixa modelele exemplare ale tuturor riturilor şi ale tuturor activităţilor umane semnificative*: *alimentaţie, sexualitate, muncă, educaţie* etc. *Acesta este unul dintre mecanismele de bază în explicarea influenţei imense pe care o are televizorul în configurarea modului de viaţă al omului contemporan*.

Este greu de stabilit în mod precis cauza, dar un lucru este limpede: televiziunea reuşește să se suprapună foarte bine peste realitatea lumii sacrului, aşa cum aceasta era percepută în lumea religiosului descrisă de Eliade. Pe de o parte, spaţiul TV şi timpul TV simulează foarte bine structura spaţiului şi a timpului sacru, pe de altă parte, eroii şi realitatea micului ecran, printr-o anumită distanţare de oamenii şi lumea obişnuită, prin consacrarea publică aproape rituală, sunt uşor identificabili, la nivelul unei percepţii inconştiente, arhetipale, cu eroii „civilizatori” sau zeii de demult. De aici decurg anumite consecinţe cu efecte deosebit de importante pentru viaţa omului contemporan:

1. Lumea TV se instituie, funcţional vorbind, ca templu sau sanctuar al lumii moderne. De ce templu? Pentru că în majoritatea religiilor templul este considerat simbol sau casă a zeilor. Totodată, templul este „copie a arhetipului ceresc” (*Eliade* 1992: 57). Templul este *imago mundi* (imaginea lumii), a lumii de sus sau scena cosmică pe care se joacă mitul primordial.

Scena micului ecran se conformează definiţiei templului ca fiind locul „sacru”, mitic, în care se manifestă eroii civilizatori – vedete, sportivi, personaje de film, modele (prezentatoare de modă), oameni politici sau

arhitecţi ai destinului popoarelor – şi unde este, într-un fel, recapitulată existenţa lumii moderne. Televizorul este locul prin care omul obişnuit (profanul) poate comunica, aşadar, cu lumea TV, poate participa empatic la realitatea mitică a acesteia.

„Structura cosmologică a templului, remarcă Mircea Eliade, aduce însă o nouă valorizare religioasă: loc sacru prin excelenţă, casă a zeilor, templul (în cazul nostru, lumea TV sau televizorul) resanctifică în mod continuu lumea, pentru că o reprezintă şi o conţine în acelaşi timp, în definitiv, datorită templului este resacralizată lumea în totalitate". (*Eliade* 1992: 93) Constatarea pe care o făcea Eliade referitor la religiile păgâne se aplică foarte bine şi în cazul televizorului. Într-adevăr, televiziunea „reprezintă şi conţine în acelaşi timp" lumea reală, pe de o parte, pentru că ea însăşi şi-a revendicat în ultimele decenii rolul de a recapitula şi reprezenta pe micul ecran tot ceea ce este esenţial în lume şi pe de altă parte, deoarece într-o măsură tot mai mare istoria lumii moderne şi viaţa oamenilor sunt absorbite în sfera micului ecran.

Acea resanctificare sau resacralizare identificată ca atare de istoricii religiilor în cazul templului se poate constata şi în privinţa televizorului. Fenomenul pare straniu însă este foarte rezonabilă o astfel de interpretare. O lume care copiază – lumea TV – se face pe sine original, impunându-şi modelul lumii reale ca şi cum ea însăşi ar fi originalul. Această contaminare magică a lumii reale de duhul „realităţii" TV, această transformare a originalului după copia sa „sacralizată" este, de fapt, resacralizarea sau mai corect revrăjirea despre care se vorbea anterior. „Oricare ar fi gradul de impuritate al lumii, observă în continuare Eliade, ea este încontinuu purificată de sacralitatea altarelor". (*Eliade* 1992: 57) în cazul nostru, acestei afirmaţii i se poate da următoarea interpretare: Oricât de diferită ar fi lumea reală de cea a televiziunii, „impurificată" de obiceiuri şi idei contrare ideologiei micului ecran, prezenţa televizorului, a lumii acestuia în

mijlocul comunităţii umane va face ca aceasta să fie încontinuu „purificată” de aceste idei, şi astfel „sacralizată” în sensul transformării ei după modelul mitic al micului ecran. Despre care este adevăratul sens al purificării şi sacralizării prin televizor, credem că nu mai este nevoie să insistăm.

2. Aşa cum televizorul sau lumea acestuia joacă foarte bine rolul unui templu, şi despre vizionarea TV se poate spune, fără a greşi, că se insinuează în existenţa omului modern ca un act ritual. Prin intermediul vizionării, prin procesele de proiecţie, identificare şi empatie pe care aceasta le face posibile, telespectatorului i se dă şansa reactualizării mitului într-o modalitate care ar putea stârni invidia oricărui adept al unui cult idolatru. Astfel, telespectatorii sunt capabili să-şi apropieze personajele micului ecran – eroii civilizatori – să-şi însuşească gesturile lor, să se identifice perfect cu ei cel puţin la nivel mental.

Un rol esenţial pentru transformarea vizionării într-un act ritual, pentru instituirea lumii TV într-o realitate mitică, îl îndeplineşte caracterul cotidian al acestui obicei. Eliade constată, în cazul mitului, că „imitarea riscă să devină tot mai puţin coerentă; modelul riscă să fie denaturat sau chiar uitat” (*Eliade* 1992: 81). Pentru a preîntâmpina acest fenomen, se vădeşte necesară reactualizarea periodică a gesturilor divine, a sărbătorilor religioase, pentru „a-i învăţa pe oameni sacralitatea modelelor” (*Eliade* 1992: 81 şi *Dobrescu & Bârgăoanu* 2001: 174). Aşadar, mitul se poate impune cu putere în viaţa oamenilor, perceput ca realitate sacră, atunci când el este reactualizat periodic în cadrul actului ritual, cât mai frecvent cu putinţă.

În situaţia televizorului, deşi vizionarea unui film, din multe puncte de vedere, se substituie foarte bine actului ritual, impunerea realităţii acestuia ca una de natură mitică nu ar avea atâta eficienţă, dacă nu ar fi reluată vizionarea de mai multe ori până la fixarea modelului. Acest lucru se realizează prin două modalităţi diferite:

a) Serialele TV, telenovelele, emisiunile săptămânale care sunt foarte apreciate şi iubite, care au un decor, o tematică sau nişte protagonişti stabili vor transmite şi vor fixa cu putere, în timp, în subconştientul telespectatorilor anumite modele mitice. Spre exemplu, există multe dovezi ale faptului că acţiunea şi personajele din unele telenovele sau seriale precum *Dallas* se înscriu ca nişte realităţi mitice în conştiinţa a milioane de telespectatori. *Dallas* devenise parte din viaţa telespectatorilor, astfel încât, după încetarea difuzării serialului, în cazul multora, s-a putut constata apariţia unei anxietăţi asemănătoare celei trăite de oameni la pierderea, la moartea cuiva drag. Precum s-a întâmplat şi în cazul serialului *M*A*S*H*, „familia ficţională devenise mai reală decât propria familie" (*Constantinescu* 2001: 132). Presiunile făcute la moartea lui J.R. i-au determinat pe producători ca, printr-un artificiu scenaristic, să-l readucă la viaţă în cadrul altui episod.

Toate acestea dovedesc că raportarea omului la realitatea ficţională a lumii TV se realizează pe aceleaşi căi şi prin aceleaşi mecanisme psihice, ca şi în cazul realităţii mitice. Serialele sau telenovelele de astăzi precum mitologiile de demult, prin vizionare, conferă telespectatorului sentimentul participării la existenţa plenară, profundă, participare care dă sens, însufleţeşte. Aşa cum omul religios se făcea părtaş la viaţa zeilor săi, prin actualizarea mitului, tot aşa şi telespectatorul prin vizionare se împărtăşeşte din comuniunea cu „eroii civilizatori" – personajele admirate de pe micul ecran.

Orice serial trebuie să se termine până la urmă. Ce se va întâmpla, oare, când mitul nu mai este reactualizat? Se stinge amintirea şi eficienţa sa? într-un fel, se poate spune că da. Mitul concret reprezentat de filmul respectiv se va estompa cu timpul în memoria telespectatorului. Aceasta nu înseamnă însă că mentalităţile şi comportamentele sădite şi modelate de acest mit vor dispărea, deoarece ele au ajuns deja, într-o anumită

măsură, să facă parte din viaţa telespectatorului, să-i definească modul în care percepe realitatea. De altfel, nu are nicio importanţă faptul că serialul s-a sfârşit. Alt mit sau acelaşi, numai că interpretat de alte personaje, va anima în continuare fantezia telespectatorilor. Ajungem astfel la a doua modalitate prin care este favorizată mitologizarea mesajului TV.

b) Chiar şi un film obişnuit sau altă emisiune pot să se înscrie în conştiinţa telespectatorilor ca realitate mitică, deşi acestea nu sunt vizionate în mod repetat, pentru ca să se dovedească astfel, după cum spunea Eliade, „sacralitatea modelului" Fenomenul, în acest caz, se datorează faptului că aceeaşi tematică, structură de idei şi chiar tipologie a personajelor pot fi întâlnite în majoritatea filmelor. În fiecare film american sunt puse în scenă aceleaşi mituri. Miturile lumii TV sunt definite, după cum constată George Gerbner, „de trăsăturile regulate în ceea ce priveşte decorurile, rolurile, tipurile de relaţii şi de acţiuni prezentate cu o anumită frecvenţă. Prin intermediul acestor trăsături regulate mass-media, televiziunea, ajunge să creeze concepţia pe care membrii audienţei şi-o construiesc despre realitate generând un mediu cultural, o lume simbolică, iluzorie" (*Dobrescu & Bârgăoanii* 2001: 174). Exact această lume simbolică, sesizată de Gerbner, constituie realitatea mitologică din care se împărtăşeşte publicul şi care cultivă, prin această experienţă rituală (vizionarea), „concepţii comune şi stabile despre realitate" (*Dobrescu & Bârgăoanu* 2001: 174).

Lipsit de religie sau de o profundă existenţă religioasă şi implicat în procesul vizionării TV, într-o modalitate ce vizează un act cu importante valenţe religioase, televiziunea dă omului modern posibilitatea satisfacerii nevoii de absolut (doar temporar şi, de fapt, numai în mod iluzoriu) prin intermediul televizorului. Astfel, cu cât setea de religios va fi mai mare, cu atât mai mult, în chip inconştient, omul modern va căuta în lumea

micului ecran „mai multe modele exemplare pentru comportamentul şi acţiunile sale” (*Eliade* 1992: 90). Arhetipul pe care el încearcă astfel să şi-l satisfacă, puternic înscris în fiinţa umană, este nevoia „de a-şi asuma o umanitate ce are un model transuman, transcendent” (*Eliade* 1992: 93). Aceasta deoarece omul religios, observă Eliade, „nu se recunoaşte ca om adevărat decât în măsura în care îi imită pe zei, pe eroii civilizatori (expresia setei sale de fiinţă şi fiinţare), (…) conformându-se învăţăturii miturilor (deoarece gesturile zeilor sunt păstrate în mituri)” (*Eliade* 1992: 94).

„Funcţia de bază a mitului, spune Eliade, este aceea de a fixa modelele exemplare ale tuturor riturilor şi ale tuturor activităţilor umane semnificative: alimentaţie, sexualitate, muncă, educaţie etc. Omul imită gesturile exemplare ale zeilor, fie că este vorba de o simplă funcţie fiziologică, precum alimentaţia sau de o activitate socială, economică, culturală sau militară etc”. (*Eliade* 1992: 91) Astfel poate fi explicată forţa extraordinară pe care o manifestă televiziunea în înrâurirea întregii existenţe a omului modern.

Vizionarea ca act ritual, ca mod de reactualizare a miturilor TV în viaţa telespectatorului este mijlocul prin care televizorul ca sanctuar al lumii moderne reuşește „purificarea” lumii reale de tot ceea ce este contrar ideologiei pe care o reprezintă, în esenţă cea nihilistă. Prin vizionarea TV, lumea reală este permanent atrasă către modelul ei mitic, societatea suferind astfel un proces de conversie, de transformare continuă după chipul şi asemănarea lumii TV. Este greu de găsit un domeniu al vieţii sociale, culturale, politice sau economice care să nu fie atins de bagheta magică a acestei pseudorealităţi. Puţin probabil este să găsim un obicei la modă care să nu-şi afle corespondentul pe micul ecran sau să găsim o mentalitate, din cele care animă existenţa omului contemporan, care să nu fi fost modelată prin intermediul miturilor TV.

Mitul modului de viaţă modern sau modelarea

mitologică a consumatorului ideal

— *Mitul îmbuibării şi al fast-food-ului*.

— *Modelarea mitologică a unui comportament sexual libertin, a unei relaţii de dragoste redusă la actul erotic*.

— *Rolul miturilor în alegerea şi migrarea profesiunilor în societatea contemporană*.

În alimentaţie, cultivat publicitar, predomină miturile îmbuibării şi al fast-food-ului. Oricum, gătitul sau masa tradiţională în familie sunt comportamente aproape excluse din panoplia miturilor TV.

Miturile legate de sexualitate sunt foarte bine reprezentate în lumea TV, iar în centrul acestora cel mai frecvent se află trupul sau plăcerea erotică. Femeia mitologizată pe micul ecran este, prin excelenţă, tânăra care dispune de un trup, un machiaj sau o vestimentaţie puternic sexualizate, care ştie ce vrea în viaţă; o femeie autonomă a cărei căsnicie (eventual, naşterea de copii) este pusă sub semnul întrebării ca piedică în realizarea unor obiective mai „înalte” – păstrarea unui trup senzual, a unei deschideri pentru piaţa erosului, precum şi posibilitatea de a face carieră. Este mitul femeii sexy care, ca şi bărbatul, urmăreşte sau este urmărită pe tot parcursul poveştii de dragoste (ecranizate) de fantasma plăcerii sau a actului sexual.

Bărbatul modelat mitologic pe micul ecran este fie un luptător ca Rambo, numai muşchi şi eficacitate, fie un poliţist plin de şarm, oricum un personaj cu o profesiune liberală care are succes la femei, ştie să se impună, iar lumea (acţiunea filmului) gravitează în jurul lui; un tip, în general, plin de el chiar dacă disimulează artistic acest lucru, care are totdeauna soluţii la toate şi supravieţuieşte la oricare încercare, ca un adevărat personaj mitologic.

Miturile pe care le interpretează bărbatul şi femeia pe micul ecran sunt în mod predominant centrate pe imaginea cuplului sexual, a ideii de concubinaj, care rezistă atâta timp cât angrenajul de interese sau cel erotic funcţionează perfect, cât dă randamentul aşteptat. Când

nu mai merge, acest mit invită la căutarea eficienţei – eros sau distracţie – în altă parte.

În privinţa profesiunilor, trebuie să observăm că meseriile tradiţionale sunt aproape excluse din lumea mitologică a micului ecran. În schimb, profesiunile sau activităţile liberale – poliţist, avocat, ziarist, om de afaceri sau infractor – sunt suprareprezentate. Astfel, oamenii cu meserii obişnuite – ca agricultorii sau muncitorii – sunt dezavantajaţi. Aceasta explică migrarea indivizilor, în societatea modernă, către profesiunile liberale şi dispariţia cultului muncii simple, dar bine făcute, a meşteşugurilor şi a ţăranilor. Aceşti oameni sunt excluşi nu atât prin automatizarea industriei şi mecanizarea agriculturii, cât mai mult prin eliminarea lor de pe scena mitologicului. Un ţăran sau un muncitor pe micul ecran este un nimeni. Ne întrebăm, oare cine doreşte să-şi asume un astfel de rol, sau cine, obligat să practice o asemenea meserie, nu se va simţi frustrat sau nedreptăţit de societate?

Înainte de a trece mai departe, trebuie remarcat faptul că într-o societate creştină nu era nevoie să fie modelate mitologic toate profesiunile pentru ca acestea să poată fi practicate trăind sentimentul împlinirii şi într-un plan religios. Aceasta deoarece creştinul se împlineşte prin cultivarea legăturii cu Hristos prin urmarea faptelor credinţei şi ale dragostei, şi nu prin urmarea unui model mitologic. Orice meserie este binecuvântată atâta timp cât nu este potrivnică unei vieţi creştine. Necesitatea modelelor mitologice, cărora omul modern ajunge prizonier, prin intermediul vizionării TV, apare în religiile păgâne, idolatre. În cazul acestora, pierzându-se posibilitatea unei transformări ontologice, omului nu-i mai rămâne decât să-şi imagineze nişte mituri, un dumnezeu care să-i confirme comportamentul, să-l încredinţeze că prin acesta el participă, prin imitare, la modelul divin şi astfel se înveşniceşte sau se mântuieşte.

Mitul american, mitul occidentului sau pământul făgăduinţei

Fabrica de vise de la Hollywood, în ultimele decenii, a pus în circulaţie mondială unul dintre cele mai importante mituri din cele care animă viaţa omului în societatea modernă – mitul lumii noi, mitul american sau o nouă interpretare a mitului pământului făgăduinţei[67].

America a câştigat Războiul Rece învingând Uniunea Sovietică sau Europa de Est nu atât prin puterea armată, pe tărâmul economic, sau politic, cât pe cel simbolic al imaginarului colectiv şi individual, al mitologicului. Mitul american, al Occidentului sau mitul modului de viaţă modern – locul şi modul în care oamenii dobândesc fericirea mult visată – a ieşit biruitor în mentalitatea oamenilor unde a pătruns televiziunea sau filmul american. Visul american sau visul capitalist a cucerit imaginarul celor mai mulţi dintre oamenii lumii, care astfel au ajuns să-şi dorească din tot sufletul, să se împărtăşească din modul de viaţă al omului occidental sau american. Mulţi şi-au părăsit casele, familia, locurile natale sau neamul pentru a urma acest vis, a se împlini „religios” trăind în centrul lumii – America sau lumea occidentală în genere. Alţii au început să se lupte pentru a transforma lumea în care trăiesc sau propria viaţă după modelul mitologic impus de Hollywood – fabrica de vise a lumii moderne.

Mitul bunăstării şi al abundenţei, mitul distracţiei şi al consumului, mitul unei lumi a tuturor drepturilor şi libertăţilor sunt mituri configurate în acest laborator al spiritului – televiziunea – şi puse în circulaţie prin intermediul acesteia pe toată întinderea planetei. Prin aceste mituri, arhitecţii conştiinţei umane, cei care, la

67 Ca nostalgie a paradisului pierdut, mitul pământului făgăduinței apare în majoritatea religiilor lumii, mărturisindu-se prin aceasta originea comună a omului sau veridicitatea referatului biblic privind descinderea întregii umanități din Adam și Eva. Pe baza acestei căutări sau așteptări a omului, reactualizate în conștiința popoarelor creștine, prin promisiunea unui pământ nou și a unui cer nou pe care o face Evanghelia, după cucerirea Americii, odată cu colonizarea acesteia, s-a impus tot mai mult în occident mitul lumii noi, mitul american - un nou pământ al făgăduinței.

drept vorbind, se află deasupra „eroilor civilizatori” ai micului ecran, menţin omenirea în tensiunea unui exhatologic trăit acum şi aici, prin distracţie şi consum.

Despre un posibil monopol al televiziunii pe piaţa miturilor şi fantasmelor omului modern în urmă cu câteva secole, în zorii aşa-zisei ere a ştiinţelor exacte (a pozitivismului), iluminiştii, darwiniştii şi mai târziu marxiştii luau în râs religia, considerând-o anacronică, expresie a unui comportament primitiv al omului involuat, al celui care, neputându-şi explica fenomenele naturale, şi-a imaginat un dumnezeu, o fiinţă atotputernică aptă să dea seama de toate cele create. Atât de mare era convingerea şi entuziasmul acestor promotori ai ateismului, încât deja anunţau, propovăduiau sfârşitul lumii religioase. „Odată cu moartea ultimului om religios, susţineau «iluminaţii» din clasa celor amintiţi anterior, se va intra în noua eră, cea a raţionalismului. Noua lume se va edifica în jurul generaţiilor educate în spiritul ştiinţific, care vor dispreţui şi lepăda religia”.

Lucrurile nu au evoluat însă în direcţia preconizată. Deşi propaganda ateistă a luptat cu înverşunare împotriva credinţei şi a creştinismului în special, nu numai că religia nu a dispărut, dar s-a putut constata că foarte mulţi oameni de ştiinţă, chiar de la vârful piramidei – fizicieni, matematicieni, chimişti etc. – au început să îmbrăţişeze o religie sau alta. Chiar dacă cei mai mulţi dintre ei nu primiseră anterior o educaţie religioasă, aceşti savanţi, mulţi având deja o consacrare internaţională, şi-au îndreptat paşii către domeniul religios, unii părăsind chiar câmpul activităţii ştiinţifice. Explicaţia acestui fapt o găsim în concluziile cercetărilor prilejuite de dezvoltarea istoriei şi fenomenologiei religiilor.

Există, se pare, nişte daturi ontologice, structuri fundamentale ale minţii şi sufletului uman, este în firea omului ceva care-i creează o nevoie ontologică de a crede, de a se raporta religios la o realitate care transcende lumea, cotidianul sau profanul. Omul nu poate trăi fără

Dumnezeu, nu pentru că nu-şi poate explica altfel fenomenele naturii, ci pentru că în adâncul sufletului său nu poate accepta, înţelege lumea şi existenţa, fără un reper, un centru, fără confirmarea şi călăuzirea lumii de dincolo[68] Aceste daturi ontologice sau matrice arhetipale care-l fac pe om să caute comuniunea cu Dumnezeu pot fi văzute ca nişte vase ale sufletului uman care aşteaptă să fie umplute cu un conţinut de adevărată viaţă religioasă.

Istoria religiilor dovedeşte că orice ar face omul în lume, dacă nu se îngrijeşte de umplerea acestor vase, se va simţi golit şi neîmplinit, iar viaţa pe care o duce, în final, îl va lăsa cu un gust amar. Orice ar face, această tensiune sufletească trebuie să fie rezolvată cumva, trebuie să fie hrănită nevoia de Dumnezeu, secular spus, de sacru. Acest lucru l-a determinat pe om, de-a lungul întregii istorii, să caute să se integreze unei credinţe, să se închine unui zeu. Atunci când se refuza ascultarea Dumnezeului Celui Adevărat, când era uitat sau necunoscut, omul îşi fabrica singur un dumnezeu, modelându-i chipul într-o piatră, într-un lemn sau închipuindu-şi-l în persoana altui semen al său.

Păstrând unele reminiscenţe din revelaţia primordială, conservând unele acte fundamentale, precum sunt închinarea, ascultarea, jertfa, ritualul, acte care, de altfel, îşi găseau ecoul în structurile religioase ale sufletului, oamenii şi-au plăsmuit după gândurile şi slăbiciunile lor tot felul de dumnezei, eroi şi credinţe, proces în care fantezia sau înşelarea maleficului jucau adesea un rol esenţial. În acest context, mitologizarea, ca produs al unui proces prin excelenţă fantastic, pe de o

68 Unii arată că această tensiune religioasă care animă omul în istorie nu este altceva decât nostalgia paradisului pierdut, a grădinii raiului în care proto-părinții oamenilor Adam și Eva se aflau înainte de cădere, a fericirii de a trăi în casa lui Dumnezeu. Biserica vorbește de o chemare tainică a lui Dumnezeu, care se rostește în inima omului de la naștera sa și până la moarte, chemare care se află înscrisă în însuși chipul lui Dumnezeu pe care omul îl poartă de la crearea sa și care tinde ființial către Părintele său, către asemănarea cu El.

parte, dovedeşte neputinţa omului de a trăi fără comunicarea cu transcendentul şi, pe de altă parte, arată că această tensiune religioasă poate fi satisfăcută în chip fals, printr-o amăgire, chiar dacă numai în mod temporar, prin instituirea fantastică a unui fals dumnezeu, a unei ritualizări sau religii doar formale, în spatele căreia, de cele mai multe ori, se află inspiraţia spiritelor malefice.

Spunem spirite malefice, deoarece în multe culte chiar zeii erau aceia care porunceau prostituţia ca act ritual sau care modelau mitic un comportament desfrânat (cultul Astartei), care cereau jertfe umane în special copii mici, care îndemnau la canibalism sau care, precum în unele ramuri ale hinduismului, obligau arderea pe rug a soţiei după moartea bărbatului său. Deşi aceste grozăvii sau altele asemenea erau impuse în diferite religii, oamenii le ascultau adesea cu solicitudine şi urmau aceste prescripţii ucigaşe sau desfrânate.

Ne putem pune întrebarea: Cum avea putere o piatră, un copac, un desen pe o stâncă sau un mit, cum putea un idol făcut de mâini omeneşti să poruncească astfel de comportamente, iar oamenii să le dea ascultare? Răspunsul îl primim atât în scrierile Bisericii creştine cât şi în cele ale magicienilor. Se pare că relaţia de idolatrie care se manifestă în oricare cult păgân nu se rezumă doar la împlinirea formală a unor prescripţii, ci presupune improprierea chipului idolului, a realităţii fantastice a acestuia. Fantasma idolului, miturile impuse de cultul respectiv devin o realitate de conştiinţă, hrănită imaginativ şi afectiv atât comunitar, prin săvârşirea actului ritual, cât şi de fiecare individ în parte.

În oricare cult idolatru, omul nu se închină pietrei sau lemnului, cât idolului din minte, fantasmei, o prezenţă „vie” cu o anumită autonomie faţă de minte, dar şi hrănită din energiile acesteia. Într-un fel, se poate spune că piaţa liberă a cultelor idolatre a miturilor fondatoare de religii este aceeaşi cu cea a fantasmelor plăsmuite şi puse în circulaţie la un moment dat în istorie. Apelând la serviciile

imaginaţiei, omul găseşte o metodă facilă de a-şi soluţiona tensiunea religioasă sau nevoia de absolut. Desigur că de la plăsmuirea unei fantasme, a unui mit în mintea unui „inspirat” şi până la consacrarea socială a acestuia, configurarea pe baza lui a unui cult, trebuie parcurs un anumit drum. Acest lucru nu este însă problematic deoarece structurile generale ale actului religios sunt cumva moştenite de la cei de demult sau sunt, să spunem, arhetipale având nevoie doar de un conţinut pe care îl oferă, de fapt, plăsmuirea mitică.

Din acest fenomen derivă posibilitatea omului de a-şi fabrica nu numai o religie, ci să găsească şi o altă sumedenie de modalităţi – acte, convingeri, obiceiuri – care să-i permită să facă orice, să nege chiar existenţa lui Dumnezeu şi realitatea religioasă, păstrând însă, în acelaşi timp, dimensiunea „religioasă” a existenţei (de care oricum nu se poate dispensa), care de altfel se reduce la una magică.

Teatrul antic este o astfel de punte ce face trecerea între un act mitic, ritual şi, să-i spunem, un act profan. Primele piese de teatru nu sunt altceva decât punerea în scenă a unor mituri. În tot teatrul antic zeii sunt o prezenţă nelipsită din viaţa personajelor. Teatrul devenea astfel o modalitate de a se experimenta fiorul misterului, de a se hrăni nevoia de ritual, de model mitic consacrat comunitar.

De asemenea olimpiada, în Antichitate, constituia un act cultic. Până astăzi în Olimpia (locul desfăşurării olimpiadei), printre terenurile de alergat şi arene, se află templul Herei şi al altor zei, de unde se aprindea ritual flacăra olimpică. Câştigătorii olimpiadei deveneau eroi, iar pe perioada desfăşurării întrecerilor se oprea orice război, în cinstirea ritualică a evenimentului.

Circul roman unde se sacrificau prizonieri de război sau creştini, unde erau daţi să fie mâncaţi de lei sau erau ucişi cu sabia, presupunea, de asemenea, un act ritual cu un important potenţial magic. El era prezidat de însuşi împăratul care, în multe din cazuri, se autoproclama

dumnezeu şi căruia supuşii trebuiau să-i aducă libaţiuni – tămâie sau alte jertfe. La curţile împărăteşti, aproape totul se desfăşura după un anumit ritual.

Însăşi viaţa la curte era un mit sau o sursă de inspiraţie pentru scriitorii vremii, care o mitologizau în creaţiile lor literare. Fidelitatea, sentimentul de admiraţie sau de spaimă pe care-l trezea prezenţa împăratului pot fi recunoscute în cele mai multe dintre cultele idolatre în experimentarea misterului. Curtea regală sau oamenii acesteia constituiau pentru poporul de rând un model mitic.

După câteva mii de ani, în care omul s-a exersat în fabricarea unor religii, a unor compuşi fantastici care să-i satisfacă (practic, în mod iluzoriu) nevoia de transcendent, odată cu Renaşterea se încearcă tot mai insistent renunţarea completă la Dumnezeu, chiar şi la ideea de Dumnezeu, convertind întreaga trăire religioasă în act cultural. Odată cu modernitatea, cu secularizarea culturii occidentale, fapt debutat în mod mascat în Renaştere şi în mod evident în Iluminism, actul religios a început, într-o măsură tot mai mare, să fie asumat ca act cultural. Atât literatura, cât şi teatrul deveneau pentru ateii Iluminismului posibilităţi ale satisfacerii nevoii de ritual, de trăire mitică, reflex al celei religioase. Nu numai literatura şi teatrul sunt însă urmaşele unor acte rituale, ci şi ştiinţa Renaşterii sau a Iluminismului moştenesc caracterul magic al ştiinţelor Antichităţii. Astrologia, numerologia şi alchimia Renaşterii sunt, după unii cercetători ai fenomenului religios (*Culianu* 1999: 146 – 148), părinţii astronomiei, ai algebrei, ai fizicii şi ai chimiei de astăzi.

Un lucru evident pentru istoricii religiilor (*Eliade* 1992: 187 – 198), pe care am dorit să-l subliniem anterior, este acela că, deşi omul contemporan a ajuns aproape ateu privind modul de viaţă sau credinţa, el nu a încetat niciodată să-şi manifeste sau să-şi satisfacă într-un fel anume setea de religios. El nu a făcut decât să înlocuiască

miturile mai vechi cu altele mai noi, fantasmele Antichităţii cu cele ale modernităţii, care, de altfel, au aceeaşi structură.

Pe acest fundal, îşi face apariţia pe scena lumii televiziunea. Fabrică de iluzii, maşina visării colective, realitate virtuală sau hiper-realitate, televiziunea se vădeşte a fi un mijloc extrem de eficace pentru satisfacerea nevoii de religios a omului modern. Prin ea, toate mitologiile mai vechi sau mai noi ale omenirii pot fi repuse în circulaţie, reactualizate. Lumea micului ecran devine tot mai mult un uriaş circ planetar (emisiunea Big Brother ilustrează cel mai bine această idee), scena pe care sunt reprezentate miturile lumii contemporane. Olimpiadele, campionatele mondiale – solemnitatea rituală a spectacolelor de deschidere şi închidere, mitologizarea sportivilor, consacrarea ceremonială a campionilor etc. – îşi revendică modelul în olimpiadele antice. Viaţa celebrităţilor – VIP-urile zilei sau viaţa mondenă surprinsă în filme sau emisiuni de divertisment – poate fi uşor identificată cu viaţa de la curţile împărăteşti, prin aura mitică cu care le îmbracă apariţia pe micul ecran. „Religii" atee precum darwinismul – credinţa în atotputernicia omului (antropocentrismul) – marxismul, scientismul sau alte credinţe secularizate în convingeri sau idoli ai omului modern pot fi regăsite, de asemenea, în lumea micului ecran.

Există un paradox care explică penetrabilitatea şi eficacitatea televiziunii în influenţarea sub raport religios a telespectatorilor. Televiziunea reuşeşte mai bine decât oricare alt mijloc profan să astâmpere setea de religios, să satisfacă nevoia de centru, de reper absolut, cu toate că în discursul care o defineşte îl exclude cu totul pe Dumnezeu sau ideea de Dumnezeu. Ea se afirmă sau este percepută ca un obicei cultural, mijloc de informare sau o cucerire a gândirii ştiinţifice. Totodată, această cucerire a ştiinţei, deşi se insinuează în conştiinţa mulţimii ca mijloc profan de educaţie culturală şi divertisment, îl iniţiază pe om, îl

angajează într-o experienţă cu largi valenţe religioase, într-o experienţă magică în care lumea fantastică ce cucereşte mintea publicului este mult mai „vie” şi mai coerentă decât miturile religiilor idolatre, o prezenţă mai puternică şi mai eficace. Televiziunea nu consacră şi nu instalează în mintea telespectatorilor doar un idol, ci un întreg panteon.

Consecinţele acestui paradox sunt următoarele:

1. Televiziunea este căutată atât de atei cât şi de oamenii religioşi. Nici unii, nici alţii nu se tem că aceasta le-ar putea afecta credinţa, deoarece televiziunea este percepută ca un mijloc ştiinţific, obiectiv, profan şi neutru din punct de vedere religios. Reţinerea şi critica, exprimate uneori de public, au în vedere numai prozelitismul care ar putea fi făcut prin televiziune (ca mijloc de comunicare) în sprijinul unui cult sau a altuia. Nu se pune problema însă că însăşi televiziunea poate deveni periculoasă din punct de vedere religios, pentru că îşi face sieşi prozeliţi, adică pentru că se promovează pe sine însăşi şi cultura care o defineşte, ca mijloc de satisfacere a nevoii de ritual şi de religios.

2. Telespectatorii, în condiţiile în care se deschid şi se încredinţează mesajelor televiziunii sau obiceiului vizionării ca unei realităţi inofensive în ceea ce priveşte prozelitismul, ajung să-şi schimbe treptat modul de viaţă şi de gândire, să se lege tot mai mult de televiziune ca de o realitate religioasă şi, astfel, să-şi slăbească legătura cu religia de apartenenţă. Experienţa religioasă va fi transferată tot mai mult în sfera actului vizionării, prin care vor fi satisfăcute atât nevoia de ritual, cât şi cea de absolut. Relaţia tainică de comuniune cu Dumnezeu va fi subminată, substituită fiind de relaţia cu lumea TV, o relaţie aproape filială, cultivată două-trei ore zilnic din primii ani de viaţă, o legătură aproape simbiotică în care mintea omului se altoieşte pe trunchiul lumii TV sau unde această realitate a devenit parte din fiinţa spirituală a indivizilor. Dorinţa de a depăşi profanul, nevoia unei

experienţe duhovniceşti sunt transferate prin vizionare în planul sentimentalului, trăirii unor stări alterate de conştiinţă, a participării proiective şi empatice la realitatea micului ecran.

Astfel, oamenii, fără să-şi dea seama, deşi mai afirmă încă apartenenţa la o religie anume, angajamentul lor religios, ca mod de viaţă sau experienţă mentală şi sufletească, este transferat în mare măsură în sfera vizionării TV şi a culturii pe care aceasta o reprezintă. Relaţia cu religia de apartenenţă va fi din ce în ce mai slabă, mai superficială, atâta timp cât învăţătura sa nu mai corespunde orizontului de aşteptare a individului – format în faţa televizorului –, iar viaţa duhovnicească, pe care o propune religia, nu mai spune prea mult sufletului unor oameni care s-au obişnuit cu trăirile intense, cu neobişnuitul, insolitul senzaţiilor experimentate în faţa televizorului, cărora le-a fost redusă percepţia spirituală la una de natură emoţională, sentimentală sau senzorială. Desigur, aceste afirmaţii sunt valabile mai cu seamă referitor la creştinism, deoarece această credinţă este complet contrară comandamentelor „religioase" ale lumii TV. în schimb, televiziunea poate cultiva o anumită sensibilitate pentru experienţa magicului său, după cum se va putea constata în alt capitol, pentru cea a maleficului. Ea poate deveni, chiar, o trambulină către o practică orientală sau către o idolatrie oarecare. De fapt, aici este zona în care televiziunea îşi manifestă cel mai evident nebănuitul său potenţial vătămător.

Televiziunea, după cum se pare, lucrează pe tărâmul fanteziei, acţionând, ca şi în cultele idolatre, asupra acelor mecanisme ce fac posibilă substituirea actului religios cu unul, în esenţă, magic sau închinarea la Dumnezeu cu idolatrizarea unei fantasme, în acel vas al sufletului, despre care vorbeam anterior, care aşteaptă să fie umplut cu un conţinut de viaţă duhovnicească, dobândit prin experienţa vie a relaţiei cu Dumnezeu, televiziunea îşi sădeşte sau instalează miturile, idolii săi, umplându-l cu un

conţinut fantastic hrănit din experienţa relaţiei cu această lume a fantasmelor.

Idolii sunt, în ultimă instanţă, cei care iau locul lui Dumnezeu în mintea şi în sufletul oamenilor, sunt cei care atrag afecţiunea acestora, cei în care oamenii se încred şi cărora le închină o mare parte a vieţii. Dintr-un întreg panteon sădit în mintea oamenilor de televiziune – o veritabilă maşină de implantat idoli – cei mai puternici zei sunt cei ai consumului, ai desfrânării şi ai violenţei.

Diferenţa dintre idolii omului modern şi cei de demult nu este decât una de titulatură sau de interpretare a conotaţiei actului idolatru. Când păgânii se îmbătau sau se desfrânau în cadrul cultului, ziceau că astfel îndeplinesc voia lui Dionysos sau a unui alt idol din cei care impuneau oamenilor astfel de comportamente. Astăzi desfrânarea este practicată şi, să spunem, simbolic, închinată miturilor sau idolilor ei – mitologii ale desfrâului la modă, puse în circulaţie de televiziune – fără ca omul modern să conştientizeze că, de fapt, prin aceste comportamente dictate de fantasmele care îi stăpânesc mintea, nu face decât să se închine acestor realităţi fantasmatice. Televiziunea suplineşte astfel oficiul sau serviciile religioase al unui „cult” în care zeii, ce sunt „închinaţi”, sunt miturile sau idolii panteonului lumii TV, o experienţă politeistă şi idolatră.

Experienţa religioasă a omului modern este, astfel, redusă prin televizionare la un act, prin excelenţă, magic, iar televiziunea se dovedeşte poate cel mai eficace mijloc cunoscut în istorie pentru desacralizarea omului religios şi revrăjirea acestuia pe alte coordonate ale religiosului. Practic, avem de-a face cu substituirea oricărei religii cu modul de viaţă, cu orizontul de valori şi „credinţă” al lumii TV. Televiziunea este, aşadar, piaţa liberă a religiilor omului modern, în fapt, a mitologiilor şi a fantasmelor ca surogate de trăire religioasă. Fiecare telespectator îşi poate găsi pe micul ecran religia preferată şi, când se satură de ea, o poate schimba cu alta. În concluzie,

televiziunea, prin forţa pe care o dovedeşte în introducerea telespectatorului pe un traiect imaginar, reuşește mai bine ca oricare altă creaţie a omului să satisfacă în mod artificial setea de religios, să substituie adevărata religie umplând vasul sufletului uman cu un conţinut de viaţă fantastică.

Caracterul sacrificial al vizionării TV

În orice religie, autoritatea divinităţii, supunerea (filială, în creştinism) sau recunoştinţa omului se exprimă, se mărturiseşte prin aducerea în mod regulat a unor jertfe, prin sacrificiile pe care omul le face pentru Dumnezeu (în păgânism, zeilor). Jertfa îl leagă pe om de dumnezeul căruia i se închină, deoarece în ea însăşi este mărturisit şi demonstrat faptul că o parte din bunurile şi viaţa omului este închinată divinităţii.

Există, oare, şi în cazul vizionării TV un comportament care să ne trimită cu gândul la actul sacrificial? Pentru a putea analiza acest fapt, trebuie să ştim mai întâi cum se manifestă sau cum este structurat actul jertfei în alte religii.

În creştinism, spre exemplu, în afara jertfei nesângeroase[69], care se săvârşește pe altarul bisericii, mai există o mulţime de alte ofrande ce mărturisesc relaţia filială care-l leagă pe om de Dumnezeu. În Psalmul 50, se spune că Jertfa lui Dumnezeu, duhul umilit, inima înfrântă şi smerită Dumnezeu nu o va urgisi”. Prin urmare, a se smeri omul, a se micşora pe sine, lepădându-se de mândrie, slavă deşartă şi egoism, a-L pune întotdeauna înainte pe Dumnezeu şi pe aproapele, mărturisind că toate prin Acesta le-a dobândit, este cea mai importantă şi mai plăcută jertfă adusă Domnului. Legate de smerenie, sunt văzute ca jertfe şi postul, înfrânarea, răbdarea necazurilor, asceza, în general, toate acelea prin care omul se luptă cu şinele egoist, pentru Dumnezeu, pentru a primi harul Său.

69 Este vorba despre transformarea pâinii și a vinului în trupul și sângele Mântuitorului, despre frângerea trupului și curgerea sângelui pentru iertarea păcatelor.

De asemenea, timpul dedicat rugăciunii, comuniunii cu Dumnezeu, cu sfinţii sau cu puterile de sus – timpul cererilor, laudei şi mulţumirii – este considerat un timp închinat lui Dumnezeu.

O altă jertfă, despre care însuşi Iisus Hristos mărturiseşte că-l este adusă, este ajutorarea celor în nevoinţă, în boli şi necazuri, a celor osteniţi şi a celor aflaţi în închisoare. „Milă voiesc, iar nu jertfă” (Matei 9, 13), spune Mântuitorul, învăţându-ne că jertfa pe care o vrea de la oameni este mila sau milostenia.

Aşadar, asemănarea cu Hristos, urmarea Lui în faptele Sale, în smerenie, în milostenie şi dragoste altruistă, în ajutorarea bolnavilor şi a celor necăjiţi, este, în creştinism, jertfa plăcută şi lucrătoare în sensul curăţirii, luminării şi mântuirii omului. Care este rodul acestor jertfe? Dobândirea asemănării cu Hristos, prin împărtăşirea cu Duhul Sfânt şi pregustarea împărăţiei Cerurilor încă de aici de pe pământ, căci prin fiecare faptă creştină, omul se împărtăşește într-o anumită măsură de harul dumnezeiesc.

Având în vedere toate acestea, este limpede că lipsa jertfelor declarate din ritualul vizionării TV nu exclude posibilitatea determinării în cazul acestui obicei a unor acte cu caracter sacrificial. Atâta timp cât telespectatorul renunţă la valorile, la obiceiurile personale sau câtă vreme imită, adoptă comportamentul celor de pe micul ecran făcând efortul de a se integra mentalităţii nihiliste a acestei lumi, se poate afirma că, fără să ştie, omul modern se comportă ca şi cum şi-ar închina viaţa şi faptele acestei lumi care, prin persuasiunea ideologică sau prin retorica publicitară, chiar aceasta şi cere. Ca şi în cazul creştinismului, acest act sacrificial se poate realiza numai prin intrarea telespectatorului într-o comuniune de spirit cu cei de pe micul ecran şi îşi va găsi răsplata în transformarea omului după chipul eroilor lumii TV sau în dobândirea recunoaşterii ori a integrării în duhul lumii moderne. „Comuniunea” cu lumea de la televizor, prilejuită

de vizionare prin procesele de proiecţie, identificare şi empatie, ce face ca telespectatorii să se împărtăşească din stările de spirit ale personajelor ficţionale sau reale ale micului ecran, joacă rolul cel mai important în creşterea asemănării telespectatorilor cu personajele acestei lumi. E vorba deci de o altoire a comportamentelor acestora pe trunchiul „realităţii" TV.

Este semnificativ de observat faptul că asemănarea cu lumea ecranului, sacrificarea omului „vechi" pentru a dobândi o nouă identitate conduce la nişte comportamente sau la nişte atitudini complet contrare celor care, în creştinism, ar constitui jertfele plăcute lui Hristos.

Cercetătorii constată că, prin vizionare, oamenii devin mai egoişti şi mai orgolioşi, mai plini de sine şi mai agresivi, mai puţin deschişi spre ajutorarea celorlalţi atât prin egoismul patologic (*Larch* 1979) pe care vizionarea îl cultivă în timp, cât şi pentru frica pe care-o resimt faţă de ceilalţi oameni care prin prisma violenţei de pe micul ecran sunt văzuţi ca nişte potenţiali duşmani. În acelaşi timp, se poate constata la telespectatori o intensificare a dragostei de sine, o milostivire tot mai accentuată faţă de el însuşi, neputându-şi refuza nicio plăcere, nicio distracţie, niciun confort din cele pe care şi le pot permite, comportament reclamat de modelul celor de pe micul ecran. îmbuibarea şi toate celelalte neînfrânări sau desfrânări reclamate şi promovate de televiziune şi însuşite de oameni sunt jertfe dintre cele mai plăcute arhitecţilor lumii TV, comandamentelor consumiste ale acestei „realităţi".

Chiar şi atunci când cineva învaţă de la televizor să fie milostiv cu alţii, o va face tot în spiritul celor de pe micul ecran. Adică o va face demonstrativ, pentru a-şi arăta lui însuşi sau altora că este bun, sau, eventual, dacă este o persoană publică, va imortaliza pe banda video actul „milosteniei" sau recunoştinţa celor miluiţi pentru a le mediatiza într-un fel sau altul[70]. Ascultarea faţă de lumea

70 Desigur, nu toți telespectatorii vor adopta aceste comportamente,

TV merge şi mai departe. Milostenia faţă de sine însuşi solicitată de televizor ca jertfă bine primită are ocazia să se manifeste prin urmarea comandamentelor publicitare, prin cumpărare şi consum. Fiecare gest consumatorist determinat de legătura fantastică născută între om şi lumea TV, poate fi privit ca mărturie a ascultării, a obedienţei faţă de această lume, o adevărată ofrandă adusă fantasmelor publicitare sau nihilismului ce se manifestă prin televizor.

Toate aceste fapte sau comportamente ce derivă din actul vizionării pot fi privite, având în vedere modelul creştinismului, ca acte de jertfă, de mărturisire a filiaţiei, a ascultării şi supunerii, a comuniunii de spirit cu lumea de dincolo de ecran. Prin ele omul este primit, se înserează potenţial şi actual în împărăţia acestei lumi a televizorului, a televizualului tot aşa cum creştinului, prin faptele credinţei, i se deschid porţile împărăţiei cerului, într-o pregustare a acesteia în Duhul Sfânt încă de aici, de pe pământ.

Timpul petrecut în faţa televizoarelor, câteva ceasuri zilnic, este poate cea mai evidentă jertfă pe care omul contemporan o aduce seducătoarei lumi a micului ecran. Este vorba despre sacrificarea comuniunii cu cei dragi, a celor care au nevoie să le dedicăm acest timp – copiii, părinţii, bunicii sau prietenii – sacrificarea timpului de odihnă sau a bucuriei de a te afla în mijlocul naturii, practic, jertfirea unei părţi din viaţă care astfel este închinată televizorului. Cele două, trei sau chiar patru ore dedicate zilnic vizionării TV dovedesc o râvnă deosebită care ar putea fi invidiată de adepţii oricărei religii şi care

---

mulți dintre ei fiind formați deja în spiritul învățăturii creștine. Observațiile au în vedere comportamentul pe care-1 cultivă televiziunea și care devine tot mai accentuat proporțional cu numărul orelor alocate vizionării, putând să ajungă la un moment dat o atitudine dominantă indiferent de educația avută de individ. Fenomenul este puternic evidențiat la generațiile tinere sau mai cu seamă în Occident, unde s-au maturizat deja câteva generații, hrănindu-se prioritar din izvoarele culturii nihiliste ale televiziunii.

lasă foarte puţin timp practicării unei alte credinţe.

O anumită relevanţă pentru analiza de faţă o are aducerea în discuţie a cultelor păgâne, idolatre. De pildă, în cultul lui Dionysos sau al Astartei, neînfrânarea sau desfrânarea erau văzute ca acte de slujire sau jertfe cu „bună mireasmă” aduse zeului respectiv. La templul Astartei, fecioarele erau aduse spre dezvirginare, iar desfrânarea sau adulterul erau socotite acte de cult. Dionysos este cunoscut ca patron al neînfrânării pântecelui, al băuturii sau, în general, al tuturor comportamentelor desfrânate, chiar al perversiunilor. Prin aceste acte, care în fond răspundeau înclinării omului către desfrânare, care excitau afectele sau răscoleau patimile, era câştigată, chipurile, protecţia şi bunăvoinţa idolului respectiv. În contextul societăţii timpului, unde această idolatrie era religie oficială, numai adoptând comportamentele amintite anterior indivizii erau asimilaţi comunităţii, îşi îndeplineau îndatoririle faţă de aceasta.

Dacă luăm în considerare faptul că aceste culte nu erau decât produsul unei imaginaţii malefice, a dorinţei oamenilor de a-şi fabrica nişte dumnezei care să le satisfacă patimile, o religie care cerea omului ca jertfă exact ceea ce plăcea mai mult firii sale căzute, putem găsi o asemănare foarte mare între aceasta şi cultul pe care, să spunem, îl instaurează televiziunea.

Televiziunea ca simbol al templului, spaţiu care se insinuează şi se instituie în conştiinţa oamenilor, ca loc al mitificării, al consacrării sacralizante, este perimetrul în care se pot întâlni toate comportamentele desfrânate – prostituţia, adulterul, perversiunile şi violenţa – care se manifestau în templele unor idoli păgâni ca Baal, Dionysos şi cel al Astartei. Însuşirea acestor comportamente de către public – fapt incontestabil din punct de vedere statistic – poate fi lecturată ca un act cultic de aderare sau adoraţie, mărturisirea dorinţei de integrare şi asimilare în ordinea proclamată de lumea TV. Televiziunea ca şi cultele idolatre, fiind o creaţie umană, şi în niciun caz o revelaţie

dumnezeiască, răspunde, de fapt, dorinţei omului căzut de a-şi transforma patimile individuale în acte consacrate comunitar. Prin ea oamenii dobândesc confirmarea sau protecţia lumii TV în faţa propriei conştiinţe, a cuvântului lui Hristos exprimat în etica şi în învăţătura creştină, şi în faţa semenilor.

Având în vedere toate acestea, se poate concluziona că doar în mod formal actul sacrificial lipseşte din cultul vizionării TV, căci, în realitate, întregul mod de viaţă al telespectatorului fidel mărturiseşte ascultarea de autoritatea lumii TV. Omul modern dedică acestei pseudorealităţi nu numai o parte semnificativă din timpul vieţii (timpul zilnic de vizionare), ci şi o mare parte a gândurilor (efectul de agendă), a mentalităţilor şi comportamentelor sale (efectul de cultivare şi de spirală). Relaţiile personale, educaţia din familie sau din şcoală, obiceiurile tradiţionale şi chiar viaţa de familie sunt astăzi sacrificate în mare parte lumii TV, pentru a obţine darul împărtăşirii din spiritul şi din ofertele societăţii de consum.

Vizionarea TV ca act cu conotaţii religioase şi cultele politeiste

Televiziunea se dovedeşte a fi un substitut al religiei în aceeaşi măsură în care cultele idolatre substituie religia adevărată. Adică, tot aşa cum acestea jucau rolul de religie pentru popoarele idolatre, şi televiziunea, se poate spune, candidează la postul de religie pentru omul lumii moderne. Diferenţa principală între televiziune şi o religie idolatră, lucru care îi împiedică pe oameni să accepte că vizionarea TV îi iniţiază într-o experienţă de ordin religios, este gradul redus de conştientizare a actului ca atare, o amnezie ontologică mai avansată chiar decât în cazul păgânilor idolatri.

Aceia, ca o nostalgie a sacrului sau ca o expresie a nevoii de Dumnezeu, îşi transformau o plăsmuire fantastică într-un mit, într-o realitate sacră, raportându-se după aceea la ea ca la o manifestare a divinului în istorie. Idolatrul se închină unui copac sau unui stâlp, sau – mai

concret – unei fantasme, ca lui Dumnezeu, considerându-le Dumnezeu. De asemenea, când participa la un ritual, îi conferea o valoare sacră, considera că astfel se împărtăşeşte din comuniunea cu zeii săi, iar când asculta şi îndeplinea prescripţiile cultului, idolatrul era convins că în acest fel ascultă de glasul zeului căruia îi datora supunere.

Omul modern însă, deşi nu socoteşte, în mod conştient, televizorul Dumnezeu şi nici lumea televiziunii o realitate sacră, se raportează la acestea ca şi cum astfel ar sta lucrurile. Cu toate că transformă plăsmuirile fantastice ale micului ecran în mituri şi se raportează la acestea, ca şi cum ar fi sacre – manifestarea unor puteri superioare nu conştientizează acest fapt şi, dacă-l întrebi, afirmă chiar că o mare parte din ceea ce vede la televizor este ficţiune.

Telespectatorul chiar dacă-şi însuşeşte fantasmele de pe micul ecran şi le pune la loc de cinste în sufletul şi în mintea sa, legându-se afectiv de ele, idolatrizându-le în unele cazuri, hrănindu-le prin vizionarea TV precum idolatrul prin actul ritual, nu le numeşte dumnezei. Deşi atunci când se aşază în faţa televizorului, telespectatorii nu au conştiinţa că îndeplinesc un act ritual sau că atunci când renunţă la toate pentru vizionarea TV îndeplinesc, de fapt, o anumită jertfă, comportamentul lor poate fi integrat şi înţeles în aceste coordonate.

Telespectatorul nu-şi dă seama că, bucurându-se de comuniunea empatică cu eroii micului ecran, participând prin proiecţie mitică la realitatea acestora, încearcă astfel să-şi satisfacă dorinţa tainică a sufletului de a de a intra în legătură cu lumea divină. El însă nu interpretează acest fapt ca unul de participare reală la lumea de dincolo, precum se întâmpla în cultele idolatre.

Oamenii, când adoptă comportamentul eroilor de la televizor, când îşi configurează existenţa după canoanele lumii TV, în conformitate cu ierarhiile de valori ale acesteia, cred că-şi exprimă propria voinţă şi opţiune, însă modul în care se realizează acest lucru este identic cu cel

în care omul religios îşi imita zeii, îşi însuşea acţiunile, modelul mitologic sau faptele exemplare în propria viaţă. Chiar dacă toţi cei de la televizor nu sunt decât nişte personaje ficţionale şi nu pot fi socotite modele, telespectatorii se comportă ca şi cum această lume mitică aparţine zeilor. Cu toate că, încă o dată subliniem, în mod conştient, nici actorii nu sunt consideraţi zei şi nici lumea aceea sacră.

Deşi înserarea telespectatorilor în psihomentalul eroilor de pe ecran, prin procesele de proiecţie, identificare sau empatie este un fenomen explicat psihologic sau ştiinţific, totuşi acest proces poate fi regăsit şi în cultele idolatre unde adeptul, prin reactualizarea naraţiunii mitului în cadrele actului ritual, prin imitarea comportamentului zeului respectiv, se identifica până la uitarea sau părăsirea de sine cu personajul ficţional în al cărui rol intra. Transferul de energie psihică ce îl însufleţeşte pe telespectator pe parcursul vizionării unui film, spre exemplu, care-l face să se simtă un altul cu puterile reînnoite, este trăit şi în ritualul idolatru unde „credinciosul” simte că, prin experienţa depersonalizantă a identificării rituale cu idolul la care se închină, se împărtăşeşte din spiritul acestuia, din energiile şi puterea idolului.

Uitându-se la televizor, telespectatorul se bucură având posibilitatea trăirii unor stări inedite, fascinaţie, plăcere senzuală, euforie, dar şi tulburare, nelinişte sau chiar spaimă – fără să ştie însă că exact aceste stări sunt experiate în prezenţa misterului – dumnezeul religiilor păgâne. Trăirea acestei stări plăcute, excitante pentru simţuri şi chiar erotice ale transferului de personalitate şi de energie psihomentală, pricinuit de călătoria fantastică experimentată în ritualul păgân, ca şi în timpul vizionării (mai cu seamă în naraţiunile dramatizate – film), este momentul în care omul îşi lasă mintea posedată de fantasmele idolului şi ale actelor sale, în care comunică prin intermediul fantasmei cu energiile şi lucrările care

stau în spatele ei.

În concluzie, deşi telespectatorul nu consideră, în mod conştient, că lumea TV ar fi sacră, că personajele acesteia ar fi zei, că vizionarea este un ritual sau că sugestiile publicitare sunt porunci şi televiziunea ar putea fi socotită religie, se raportează la acestea sau vizionarea TV îi înrâureşte viaţa într-o măsură asemănătoare cu aceea în care religiile păgâne influenţau viaţa omului societăţilor precreştine.

Televiziunea ca substitut funcţional al religiei în analiza desfăşurată pe parcursul acestui capitol, s-a putut constata că televiziunea este capabilă de a structura experienţa umană într-un mod asemănător cu acela în care o face religia. Lumea televizuală defineşte un spaţiu şi un timp care uşor pot fi asimilate cu spaţiul şi timpul sacre. Ea exercită asupra subiectului uman o putere de atracţie, de fascinaţie, dar şi un fior de teamă, aşa cum o face Misterul în cadrul experienţei religioase trăite în cultele păgâne. Mesajul televizualului este mai mult mitic decât discursiv, raţional, iar atitudinea avută de telespectator, de-a lungul vizionării, poate fi identificată uşor cu una de tip ritualic. Toate acestea ne-ar putea sugera că televizionarea este un act religios. Însă religia nu se rezumă doar la cele expuse mai înainte, funcţia ei în viaţa societăţii şi a oamenilor fiind mult mai largă şi mai profundă.

Religia este aceea care mediază relaţia omului cu lumea, aceea prin care omul îşi structurează spaţiul şi timpul existenţei, îşi organizează viaţa şi se orientează în lume. Religia ne redefineşte existenţa, deschizând prin simboluri ferestre către lumea spirituală, dar şi către înţelegerea lumii în care trăim. Ea furnizează omului tradiţional acel mediu simbolic, prin intermediul căruia omul descifrează înţelesurile cele mai tainice ale existenţei, dar şi semnificaţia faptelor sau întâmplărilor pe care le întâlneşte în viaţă. Religiosul îmbracă toate aspectele existenţei umane, încât ar fi imposibil ca doar în

câteva rânduri să poată fi descris chiar şi numai cadrul cel mai general al acestui fenomen. Având în vedere aceste lucruri, întrebarea care poate fi pusă în contextul discuţiei noastre este: Reuşeşte, oare, televiziunea să înlocuiască religiosul în această largă viziune a rolului esenţial pe care aceasta îl joacă în viaţa oamenilor şi a societăţii? Şi dacă răspunsul este afirmativ, care ar fi sensul real al acestei substituţii?

Religia, puterea simbolică şi televiziunea

Religia, ca realitate ce se adresează naturii raţionale şi spirituale a fiinţei umane, operează preponderent cu simboluri. Ea oferă omului, prin simboluri (învăţătura sa, raţiunile sau raţionalităţile pe care le descoperă), posibilitatea de a înţelege lumea şi de a se orienta în ea. Aşadar, se poate spune că religia, cel puţin în societatea tradiţională, îndeplineşte această funcţie sau acest rol de putere simbolică (*Thompson* 2000: 22).

Caracterul axiologic al religiei poate fi recunoscut în faptul că ea îl învaţă pe om care sunt criteriile adevărului, ale frumosului şi ale binelui. Prin religie, existenţa omului capătă sens. În temeiul reperelor pe care aceasta le propune, omul se orientează în viaţă, se călăuzeşte în lumea aceasta în perspectiva vieţii veşnice. În legătură cu funcţia de orientare se află şi caracterul profetic al religiei. Ea arată nu numai care pot fi în timp consecinţele unor comportamente sau evenimente, dar chiar descoperă fapte sau întâmplări care se vor petrece în viitor. Religia împlineşte în societate şi o funcţie comunitară, atât prin faptul că reglementează relaţiile dintre oameni, în baza moralei sale, cât şi prin natura comunitară a ritualurilor. În legătură cu aşa-zisa funcţie sau putere simbolică a religiei, poate fi socotit şi caracterul psihoterapeutic al învăţăturii religioase (modul în care omul se poate vindeca sufleteşte, prin intermediul credinţei).

Având în vedere aceste trăsături sau funcţii ale religiei, vom încerca, în continuare, să vedem în ce măsură în societatea modernă acestea sunt substituite de mass-

media sau de televizor, nu înainte de a face o remarcă semnificativă pentru expunerea ce urmează.

Mass-media, ca şi religia, lucrează în mod preponderent cu simboluri (informaţii, idei, opinii, imagini şi mesaje), şi nu cu elemente materiale. Mijloacele de comunicare în masă nu vând lucruri, ci bunuri simbolice (*Thompson* 2000: 31). Nu-şi exercită puterea prin forţa fizică, ci cu ajutorul mesajelor şi imaginilor. Prin urmare, mass-media se situează sau lucrează în acelaşi spaţiu simbolic ca şi religia. De aceea ea joacă un rol atât de important în orizontul de gândire, în comunicare şi în comportamentul uman.

Cercetătorii fenomenului mediatic constată că în societatea modernă „instituţia paradigmatică a puterii simbolice" (*Dobrescu & Bârgăoanu* 2001: 198) o constituie mass-media. Mijloacele de comunicare în masă definesc în locul religiei „mediul simbolic, corpul comun de imagini, concepţii, presupoziţii şi credinţe. Ele modelează valori şi repere de evaluare, operează modificări de substanţă ale valorilor comportamentelor şi formelor simbolice specifice unui segment social (spre exemplu, tineretul) sau societăţii întregi. Media contribuie la definirea realităţii, deci influenţa sa se exercită în domeniul valorilor şi al opiniilor" (*Dobrescu & Bârgăoanu* 2001: 201). Ele induc reprezentările cu care operăm, reprezentări ale unei realităţi pe care nu o cunoaştem direct. Mijloacele de comunicare în masă se interpun între noi şi realitatea propriu-zisă. Privim şi interpretăm lumea, prin ochelarii pe care ni-i pun la dispoziţie aceste reprezentări oarecum legitimate prin simpla publicare sau difuzare. Nu rămâne îndoială că forţa de expansiune şi infiltrare a mass-mediei, în special a televiziunii, face din ele principala putere în înrâurirea simbolică a conştiinţei şi vieţii oamenilor. Practic, ele au dobândit puterea de a construi sau reconfigura conştiinţa umană. (*Dobrescu & Bârgăoanu* 2001: 173 – 174)

Mijloacele de comunicare în masă ajung să substituie

aproape complet forţa şi impactul simbolic al religiei prin dominarea câmpului vizual şi a spaţiului vital uman cu propriile simboluri. Chiar şi cei care se declară credincioşi, aparţinând unei religii sau alteia, prin expunerea zilnică la bombardamentul simbolic operat de televiziune, vor fi mai puternic influenţaţi în gândire şi în comportament de mesajul mediatic decât de cel al religiei lor. Cantitatea uriaşă de material simbolic (imagini, informaţii, idei), caracterul cotidian, expunerea prelungită (2 – 3 ore pe zi) la mesajele mediatice, persuasiunea uriaşă a acestora, caracterul public al recunoaşterii lor, lipsa timpului de reflecţie, toate acestea sunt doar câteva din cauzele care dau o asemenea putere mijloacelor de comunicare în masă în detrimentul religiei.

Funcţiile educativă, axiologică şi de orientare sunt preluate astăzi de mass-media în societatea tradiţională, religia ocupa rolul cel mai important în educaţie. Şi era firesc acest lucru, căci modul de viaţă al comunităţilor tradiţionale era prin excelenţă unul religios. Aproape oricare gest era investit cu un caracter simbolic, fiind integrat în viziunea religioasă, în orizontul relaţiei omului cu Dumnezeu. Religia configura universul de valori al comunităţilor umane, dând o definiţie mai profundă tuturor valorilor fundamentale: ca adevăr, bine, frumos etc. Religia constituia reperul ontologic al orientării omului în lume şi în viaţă. Atâta timp cât omul ştia că există Dumnezeu şi că Acesta este Cel care l-a creat şi care îi proniază existenţa în lume, cât timp ştia că există viaţa de dincolo, unde mai mult decât aici va da socoteală pentru faptele sale, îşi raporta întreaga existenţă la voia şi învăţătura lui Dumnezeu.

În societatea modernă, o altă autoritate se insinuează însă în conştiinţa oamenilor, şi aceasta este mass-media sau, în mod deosebit, televiziunea. Ele se constituie ca principal mediu de reflexie a realităţii, de educare şi orientare a omului. Ele, constată Mihaela Constantinescu, „ne spun cine suntem; ne conferă identitate. Ne învaţă ce

vrem să fim; ne dă aspiraţii. Ne arată cum să devenim ce ne-am propus; ne oferă tehnica potrivită. Şi ne spune ce şi cum să ne simţim atunci când nu reuşim; ne oferă salvarea. Astfel mass-media modifică calitativ modul în care apar şi operează conştiinţa şi identitatea noastră" (*Constantinescu* 2001: 13). Toate aceste lucruri mass-media le realizează prin funcţiile pe care le deţine în societate.

După Raportul elaborat de Comisia internaţională UNESCO, „mass-media îndeplineşte în lumea contemporană funcţia de educare şi transmitere a moştenirii culturale. Această funcţie se realizează însă în conjuncţie cu funcţia de informare, care ne furnizează elementele de cunoaştere, judecată şi opinie necesare înţelegerii mediului social înconjurător şi a lumii în totalitatea ei" (*Drăgan* 1996: 170). În acelaşi context gnoseologic, UNESCO găseşte o a treia funcţie a mijloacelor de informare în masă: „funcţia de persuasiune, motivaţie şi integrare" (*Drăgan* 1996: 170).

Mijloacele de comunicare în masă conving şi îi motivează pe oameni în desfăşurarea unor activităţi sau a unor comportamente sociale, interpretând, totodată, valoarea şi sensul acestora. Dacă primele două funcţii ale mass-media înseamnă, efectiv, substituirea funcţiei educative şi axiologice a religiei, cea de-a treia are scopul de a-l orienta pe om în viaţa socială şi personală.

De fapt, consecinţele gnoseologice ale mass-media în planul educaţiei, orientării şi definiţiilor axiologice pot fi identificate uşor şi în cele trei efecte ale mass-media prezentate în primul volum – efectul de agendă, de spirală şi de cultivare. Prin efectul de cultivare, se însămânţează în mintea omului valorile educaţionale dorite şi i se configurează universul de conştiinţă. La formarea opiniilor, la judecarea realităţii şi la orientarea în lume contribuie, alături de efectul de cultivare, cel de spirală şi cel de agendă. Practic, lumea în care este scufundat omul modern este lumea TV-ului său, mai general, a mass-

mediei.

Mai concret, mass-media ne învaţă cum să ne îmbrăcăm, să ne comportăm, cum şi despre ce să vorbim şi să gândim, ce muncă să căutăm, cum să câştigăm bani, în ce să investim mai mult timp, bani şi energie, ce să dorim mai mult, cum să ne distrăm, ce maşini, haine sau lucruri să cumpărăm, cum să ne rezolvăm problemele familiale, conflictele, pe ce coordonate să întreţinem relaţiile personale şi să ne organizăm viaţa intimă, cum să evaluăm, să valorizăm faptele, evenimentele, lumea în general.

Efectele educaţionale, informaţionale sau de orientare ale mijloacelor de comunicare în masă, în speţă ale televiziunii, sunt atât de puternice, încât omului zilelor noastre îi vine tot mai greu să se despartă de ele. Aşa cum omul religios nu poate să trăiască o zi fără să se roage sau să se gândească la Dumnezeu, să comunice cu El, tot aşa dependentul de mass-media (televizor) cu greu poate suporta despărţirea de acestea. La nivel cognitiv, se manifestă o puternică dependenţă între omul contemporan şi mijloacele de comunicare în masă.

Caracterul profetic al televiziunii în trecut, oamenii mergeau la oracole, pentru a le interpreta semnificaţia anumitor întâmplări din viaţa lor, pentru a le prezice viitorul apropiat sau mai îndepărtat. Aflau astfel dacă timpurile vor fi favorabile, dacă va fi ploaie şi pământul îşi va da rodul său, dacă vor fi războaie sau pace, dacă se vor îmbogăţi sau vor sărăci. Astăzi, această funcţie a preluat-o aproape integral mass-media sau în mod deosebit televiziunea.

Prognosticul vremii este cel mai la îndemână exemplu. Este una dintre emisiunile urmărite cu cea mai mare atenţie chiar de oamenii bătrâni, care nu ies decât rar afară din casă. Este fascinant să ştii ce timp va fi mâine, peste săptămână, câteva luni sau chiar la anul. O altă emisiune care se încadrează perfect în această specie, este zodiacul zilei.

Profeţii sau predicţii avem şi în planul economic, politic sau social. Spre exemplu, futurologia, ale cărei rezultate constituie baza de discuţie în emisiunile cu caracter predictiv, chiar cu aceasta se ocupă. Ea ne spune cum va arăta viitorul. Alvin Toffler şi Samuel Hunttington se numără printre marii profeţi sau inspiraţi ai secolului XX. Micii profeţi (prezicători), comentatorii politici sau ai fenomenului economic pe care-i urmărim la televizor nu fac decât să reactualizeze învăţătura unuia dintre profeţii consacraţi deja mediatic, de genul celor amintiţi anterior. În general, curentul de opinie în ceea ce priveşte viitorul este dat de marile canale internaţionale, ca CNN, NBS etc. Comentatorii fenomenului economic ne spun dacă pe viitor o vom duce mai bine sau mai rău, dacă sacrificiile pe care le facem vor rodi în dobândirea bunăstării mult aşteptate sau nu.

Alţi profeţi ne anunţă un posibil război sau numai un cutremur. Spre exemplu, acum câţiva ani se prezicea războiul din Irak, în condiţiile în care situaţia în această ţară era stabilă şi neschimbată în ultimii 10 ani, când, aşadar, nu ar fi existat niciun motiv ca acesta să se poată produce. Şi totuşi, profeţia s-a împlinit. Acum se prezice un viitor război în Iran sau poate chiar în Siria[71].

În general, prin modul în care este interpelat un astfel de comentator politic de către spikerul din studio ni se sugerează faptul că acesta are răspunsul, ca şi cum el ar şti şi ne-ar putea da o desfăşurare amănunţită a evenimentelor viitoare. Aplombul, siguranţa afirmaţiilor sunt tipice mai curând actului de profetizare, decât aceluia de observare ştiinţifică a tendinţelor. Efectul dramatic al comunicării, susţinut adesea de solemnitatea decorului şi de fondul muzical contribuie la crearea unui context favorabil receptării mesajului în cadrele gândirii mitice, religioase. Televiziunea întotdeauna face apel mai curând la factorul subiectiv, la credinţă, la un impact afectiv

71 Textul a fost scris în urmă cu doi ani, așa încât, după cum evoluează lucrurile, în curând va apărea ca depășit.

asupra telespectatorului decât la judecata raţională.

Chiar dacă noile profeţii, în mare, nu se respectă, acest lucru nu are nicio importanţă. Oamenii nu-şi vor pierde niciodată cu desăvârşire încrederea, deoarece actul de cercetare şi ascultare a cuvântului profetic (presupus adesea de vizionarea TV) este fundamentat pe credinţă, iar disponibilităţile acesteia sunt nelimitate. Actul în sine, de ascultare a profetului, este esenţial. Omul simte nevoia, cel mai adesea neconştientizată, să se raporteze la o autoritate supremă, care să-i spună ce să facă. Este, desigur, reminiscenţa unui comportament religios, de a asculta de Dumnezeu sau de a-l urma voia, comportament care s-a redus însă doar la o practică aparent laică, dar în fond de tip magic. Autoritatea divină asigură, validează o cale sau o atitudine că este bună, favorabilă nouă sau dimpotrivă, iar omul modern, ca şi cel tradiţional, are nevoie de acest criteriu (suprem) de orientare în existenţa sa cotidiană. Deşi trăieşte într-o epocă a ateismului, a pozitivismului ştiinţific sau a evoluţionismului, pentru omul zilelor noastre tendinţa de a afla un temei, o ancoră într-o realitate care să-i depăşească condiţia este deosebit de pronunţată.

Cu cât nevoia de echilibru, de siguranţă vor fi mai mult puse în pericol, cu atât omul contemporan va fi mai labil, mai uşor de sugestionat şi de captivat de un sistem de influenţă[72]. În definitiv, nu interesează pe nimeni că la televizor se minte şi minciuna se instituie ca o stare normală. Omul are nevoie de această minciună, de siguranţa care i se oferă prin ea, de această sugestie că există un sprijin, o autoritate, cineva care ştie cum merg lucrurile şi le controlează. Aceasta, pentru a putea continua să trăiască în starea de instabilitate şi relativism generalizat pe care o generează societatea modernă. De

72 „în mediul electronic care ne înconjoară, adevărul are mari probleme: el a fost chestionat, subminat, iar consumatorul de mass-media tânjește după ceva în care să creadă, chiar dacă trebuie să-și fabrice un adevăr al său. Nu este, deci, de mirare că imaginile electronice găsesc întotdeauna un cămin primitor” (Tudor 2001: 60).

altfel, minciuna de la televizor este frumoasă, seducătoare, hipnotică şi publică, deplin recunoscută – toată lumea crede în ea. Până la urmă, omul modern acceptă mai mult sau mai puţin conştient minciuna, căci aceasta îi aduce liniştea atât de necesară, promite plăcerea şi protecţia, şi îi anesteziază puţin frica de viitor şi de moarte.

Efectul televiziunii nu este, după cum am văzut, unul de orientare, ci de dezorientare, deoarece în lipsa acesteia omul nu se mai poate orienta singur. Însă, în mod paradoxal, cu cât va fi mai dezorientat, cu atât va simţi mai mult nevoia să creadă în cineva care să-i ofere siguranţa, pacea şi liniştea necesară. Iar prezenţa cea mai facilă, cea mai seducătoare şi mai autoritară în societatea modernă este televiziunea – ea promite siguranţa necesară.

Socializarea prin televizor

Aproape toate religiile cunoscute în istorie au un caracter comunitar, iar aceasta este, poate, cea mai importantă dovadă a faptului că omul prin natura sa este o fiinţă socială, comunitară. Aşa l-a făcut Dumnezeu pe om, ca să nu fie singur, să aspire permanent spre comuniunea cu ceilalţi şi cu însuşi Creatorul lui. Relaţia personală este dimensiunea cea mai importantă a existenţei umane.[73] Ea arată că omul este subiect personal şi liber, care nu trăieşte numai prin sine şi pentru sine, ci şi prin aproapele său, prin şi în relaţia personală cu el. Existăm şi în măsura în care ceilalţi ne iau în seamă, ne preţuiesc şi ne iubesc, iar dragostea rămâne cea mai bogată şi consistentă hrană sufletească de care se împărtăşește omul de la naştere şi până la moarte.

În condiţiile în care relaţiile personale şi comunitare sunt atât de importante în viaţa omului, iar obiceiul uitatului la televizor este un act individual, care sărăceşte relaţia personală, ne putem pune întrebările: cum se explică atracţia considerabilă pe care televizorul o exercită

73 Creștinismul ca religie a persoanei și a iubirii oferă cea mai importantă mărturie a faptului că omul se poate împlini și mântui numai prin comuniunea de jertfă și dragoste cu aproapele său și cu Dumnezeu.

asupra oamenilor şi cum poate fi apreciat acest obicei ca unul de natură religioasă, atâta timp cât este departe de a avea un caracter comunitar?

Răspunsul ni-l dă UNESCO, împreună cu mulţi alţi cercetători ai fenomenului mediatic care, în mod paradoxal, apreciază că unul dintre cele mai importante roluri ale mass-mediei, în particular, al televiziunii, este cel de socializare. „Televiziunii îi revine ca principală funcţie asigurarea legăturii sociale, în societatea individualistă de masă (orice persoană putându-se conecta când şi cum vrea de acasă, putând participa liber, în intimitatea sa, la o activitate fundamental colectivă, iar amestecul dintre consumul individual şi activitatea colectivă creează forţa televiziunii". (*Drăgan* 1996: 168 – 173)

Cu alte cuvinte, atunci când un om nu are pe nimeni în preajma sa – spre exemplu un bătrân apăsat de singurătate –, are posibilitatea de a apăsa pe butonul televizorului şi, dintr-odată, o întreagă lume se revarsă în interiorul camerei sale. Mişcare, dinamism, zgomot, voci şi chipuri umane, o întreagă lume pătrunde în spaţiul nostru intim. Ne simţim importanţi. Aceşti oameni ni se adresează (cu toate că nu ne cunosc şi, practic, nici nu existăm pentru ei), se uită spre noi sau comunică cu alţii prezenţi, de asemenea, prin intermediul micului ecran, în camera noastră, adesea ne includ şi pe noi în discuţii, reprezentându-ne punctul de vedere etc. Astfel, prin această participare de natură proiectivă şi empatică, televiziunea reuşeşte să substituie şi funcţia socială a religiei. Ea creează o comunitate virtuală de imagini, de gândire şi trăire empatică în care fiecare ne putem găsi locul. Suntem împreună cu ceilalţi în sensul că toţi ne uităm la televizor, toţi simţim sau trăim aproape aceleaşi experienţe, toţi gândim aceleaşi lucruri. Sentimentul de participare este total şi plenar, deşi, în realitate, ne însingurăm tot mai mult în faţa unei maşini ce produce imagini şi sunete. Dialogul, ca fundament al relaţiei personale, este inexistent.

Cât de comunitară sau personală este o astfel de comunicare (pe care J. Thompson refuză s-o intituleze comunicare, ci doar exclusiv transmitere de mesaje pentru că nu este reciprocă) (*Thompson* 2000: 31) îşi poate da seama oricine. Ce fel de existenţă comunitară şi personală este aceea când noi nu ne manifestăm ca subiecte personale, în raport cu oameni adevăraţi, vii, prezenţi, când nu ne implicăm responsabil în această relaţie, nu avem nicio iniţiativă, niciun gând sau simţământ personal, ci doar ne cufundăm într-o mare de imagini care ne inundă mintea, care ne incită imaginaţia şi simţurile? Ce fel de funcţie comunitară poate avea televiziunea, atunci când oamenii în loc să caute alţi oameni, să comunice, să trăiască împreună cu ei, se izolează în faţa televizorului? Părinţi singuri, copii singuri, bătrâni, prieteni şi vecini singuri, o lume de oameni singuri aflaţi în faţa propriilor televizoare, care şi atunci când sunt împreună cu ceilalţi nu mai găsesc alte subiecte de discuţie decât tot cele de pe micul ecran. Oameni care nu mai cunosc bucuria, nu mai au răbdarea şi interesul de a comunica personal, care se simt plictisiţi şi enervaţi de prezenţa celuilalt, care nu este atât de relaxantă, de confortabilă, de interesantă şi seducătoare ca a celor de pe micul ecran.

Într-adevăr, obiceiul privitului la televizor simulează foarte bine relaţia de comunicare a omului cu lumea, cel puţin la nivelul subiectiv al senzaţiilor, şi pe această minciună sau păcăleală îşi întemeiază televiziunea enorma atracţie pe care o exercită asupra oamenilor. Televizorul îi face să creadă (sugerându-le) că se află în mijlocul lumii, al evenimentelor, că participă cu adevărat la viaţa lumii şi a semenilor, că prin aceasta sunt importanţi şi se realizează ca persoane şi fiinţe umane. Paradoxul care se naşte însă este că, pe măsură ce oamenii privesc mai mult la televizor, cu atât se vor simţi în afara vizionării tot mai singuri şi cu cât se simt mai singuri, cu atât ei vor avea mai mare nevoie de televizor ca să le alunge singurătatea.

Coordonatele psihoterapeutice ale vizionării TV

În toate culturile, rolul vindecării sufleteşti, spirituale, aşa-zisa psihoterapie revenea exclusiv religiei. Principala cauză a bolii sufleteşti fiind considerată păcatul, semn al despărţirii omului de Dumnezeu, religia îşi asuma această lucrare de a-l ajuta pe om să înlăture zidul neascultării ce-l separa de Creatorul său (curăţirea de păcat), de a-i readuce pacea şi armonia în suflet. Înfrânarea trupului şi a ochilor de la cele ce pot aţâţa simţurile, liniştirea şi unirea minţii prin rugăciune, prin spovedanie, prin lucrarea faptelor bune, a virtuţilor şi prin unirea cu Hristos în împărtăşirea cu Trupul şi Sângele Său sunt câteva dintre modalităţile principale prin care Biserica îl ajută pe om să se elibereze de păcat. Practic, întreaga viaţă în Biserică prilejuieşte vindecarea omului de păcat şi lucrarea unirii cu Dumnezeu spre dobândirea sănătăţii sufleteşti drept condiţie a dobândirii fericirii.

Nici televiziunea nu se lasă mai prejos – ca o adevărată candidată la rolul de religie a lumii, ea promite exact aceleaşi lucru: vindecarea sufletească sau psihică a celor care beneficiază de serviciile ei. Cum poate televiziunea îndeplini o funcţie psihoterapeutică? „Edgar Morin (în *L'Esprit du temps*) va dezvolta ideile lui Jean Stoetzel despre această funcţie psihoterapeutică a mass-mediei, punând în lumină cele două mecanisme principale prin care se realizează această funcţie: 1. proiectarea şi 2. identificarea.

Mecanismul proiectării constă într-o formă specifică de acţiune asupra imaginaţiei individuale; prin mass-media (televiziune), omul dobândeşte posibilitatea de a proiecta în afara lui tot ceea ce nu poate realiza în şi prin el. Aventurile lui Belmondo sau Delon, violând tabuurile, legile şi convenţiile, ne eliberează de propriile tendinţe agresive; în aventurile lor proiectăm simbolic ceea ce nu putem să facem în viaţa noastră cotidiană. Prin ceea ce ne pun ei la dispoziţie ca senzaţional, ni se îngăduie să ne transferăm neîmplinirile reale în acest univers simbolic şi să trăim în mod imaginar ceea ce ne este interzis în viaţă.

Identificarea prelungeşte şi împlineşte proiectarea: telespectatorul se eliberează de frustrări şi refulări, fixându-le pe eroi şi personaje imaginare – cele care populează lumea mediatică. Dintr-o astfel de nevoie indivizii se identifică cu personajele din spaţiul mediatic: acestea devin un alter ego idealizat al telespectatorului sau al auditoriului, al consumatorului de film de evaziune. Proiectându-se şi identificându-se cu eroii, cu faptele, cu aventurile senzaţionale ale acestei mitologii ale timpurilor moderne, omul societăţii de masă se regăseşte pe sine eliberat, fie şi iluzoriu, de tensiunile, constrângerile şi limitările pe care viaţa şi ordinea socială i le impun" (*Drăgan* 1996: 192).

Ceea ce se desprinde ca adevărat din această analiză psihologică este faptul că, prin vizionarea TV, spectatorii participă la acţiunea de pe micul ecran, însuşindu-şi imaginativ actele personajelor ficţionale. Este o trăire „prin procură", prin care, în mod simbolic, publicul are posibilitatea de a săvârşi, fără a fi responsabil în faţa lumii sau a legii, fapte nepermise de morala socială, de religie sau chiar de propria conştiinţă. Lovim, ucidem, violăm, ne satisfacem dorinţa de putere, obsesiile şi patimile prin proiectarea şi identificarea cu personajele de pe micul ecran. În această analiză este descris, în mod clar, mecanismul pe care-l surprinde I.P. Culianu în tratatele de magie, şi anume posibilitatea ca erosul (actul magic) să se consume integral într-un perimetru fantastic.

Absurdă sau contradictorie apare însă, susţinerea faptului că vizionarea TV poate aduce o autentică însănătoşire indivizilor. În viziunea lui Jean Stoetzel (aceasta este, de fapt, poziţia unor importante şcoli de psihanaliză), dacă boala este produsul unor frustrări sau dorinţe neîmplinite, atunci, satisfacerea simbolică a acestor dorinţe şi tensiuni va duce la însănătoşirea bolnavilor. Cu alte cuvinte, dacă cineva simte nevoia de a lovi şi chinui, a viola, a ucide sau a fura şi îşi va satisface aceste pofte în plan imaginar, văzându-le săvârşite la

televizor, el se va însănătoşi de bolile psihice pe care i le provocau acele dorinţe neîmplinite.

Prin urmare, viziunea asupra vindecării sufleteşti, propusă de televiziune în demersul său psihoterapeutic, este complet inversă celei pe care o are creştinismul. Dacă Biserica ne învaţă că, spre a ne însănătoşi sufletul, trebuie să luptăm cu păcatul (dorinţele pătimaşe), eliminându-l din imaginaţie, televiziunea propune ca metodă de vindecare însăşi săvârşirea mentală a păcatului.

În condiţiile în care Biserica îndeamnă la înfrânarea trupului, a ochilor (a păzi vederea de lucrurile ce incită dorinţa), la liniştirea şi unificarea minţii, televiziunea, prin publicitate, dimpotrivă, cultivă şi multiplică dorinţele şi nevoile, condiţionează atitudinile consumatoriste, îndeamnă la neînfrânare şi desfrânate, la împrăştierea şi tulburarea minţii.

Biserica, prin modelul Mântuitorului Iisus Hristos şi prin cel al sfinţilor, cheamă la săvârşirea faptelor bune, la iubire, pace, iertare şi bună înţelegere între oameni. Televiziunea, dimpotrivă, prin actul proiectării şi al identificării cu personajele filmelor, ne constrânge imaginar la violenţă, la desfrânate, la mânie şi răzbunare.

Biserica îndeamnă la unirea cu Dumnezeu, izvor al vieţii şi al faptelor bune, în timp ce televiziunea se oferă pe sine drept sursă a trăirilor celor mai intense, „a celor mai seducătoare forme de viaţă, a evenimentelor de excepţie, a izbucnirilor de violenţă, a noutăţilor impresionante, a ceea ce iese din comunul cotidian al omului obişnuit” (Drăgan 1996: 192).

Şi Biserica, şi televiziunea ne cheamă la o altă existenţă, la depăşirea cotidianului, a profanului. Însă Biserica propovăduieşte transfigurarea vieţii în lume, prin cultivarea dimensiunii ei spirituale, în vreme ce televiziunea invită la evadarea în imaginar, un imaginar care, de fapt, îl scufundă cu totul pe individ într-o existenţă senzitivă şi materială.

A spune că televiziunea vindecă bolile psihice sau

măcar comportamentele patologice prin procesul descris anterior ar fi ca şi cum ai spune că oamenii, văzând violenţă la televizor, devin mai paşnici, mai blânzi, mai îngăduitori, mai iertători, mai răbdători; ca şi cum, dacă ar vedea pornografie, ar deveni mai înfrânaţi, mai iubitori de familie, de soţie şi de copii. Dimpotrivă, toate studiile desfăşurate de-a lungul anilor arată că, urmărind violenţă, copiii şi adulţii devin mai violenţi. Urmărind pornografie, oamenii ajung mai neînfrânaţi sexual, îşi neglijează familiile, soţiile mai ales, dar şi copiii. Este ca şi cum ai spune că, văzând pe cineva cum înfulecă la o masă copioasă, te-ai simţi sătul. Experienţa dovedeşte însă contrariul. De asemenea, din studiile privind publicitatea rezultă că spoturile publicitare multiplică nevoile şi dorinţele indivizilor, le creează frustrări şi îi neliniştesc (Brune 1997: 15).

Aşadar, televizorul nu micşorează, nu elimină dorinţele nesatisfăcute ale publicului, ci le cultivă, le înmulţeşte în viaţa reală. El creează o tensiune psihică tot mai mare în masa de telespectatori, prin neputinţa acestora de a-şi împlini în viaţa de zi cu zi toate poftele şi nevoile sădite pe parcursul vizionării. Şi cu cât tensiunea aceasta va creşte, cu atât publicul va simţi mai puternic nevoia de a căuta televizorul pentru a gusta, măcar la nivelul simbolic, aceste plăceri (de cele mai multe ori ruşinoase şi murdare sau cu neputinţă de împlinit în viaţa cotidiană). Publicul este astfel pus în situaţia de a alege: ori în viaţa reală reuşește să-şi satisfacă poftele – gesturile consumatoriste, impulsurile violente sau sexuale –, ori se va îndrepta către televizor. Acesta devine sursa facilă de plăceri şi satisfacţii imaginare care, măcar pe timpul vizionării, pot da sentimentul împlinirii poftei, deşi în realitate, în urma acesteia dorinţa este amplificată.

Mai există o posibilitate. Permanenta tracasare a minţii omului cu scenarii mentale, cu dorinţe satisfăcute imaginar, dar amplificate, totodată, în viaţa reală poate determina o puternică uzură a sistemului nervos şi chiar a

structurilor psihice, poate agrava sau chiar declanşa anumite afecţiuni psihice sau nervoase. Hiperactivităţile, depresiile nervoase sau chiar psihozele devin, astfel, afecţiuni tot mai probabile în tabloul simptomatologie al bolilor omului modern. În felul acesta, televiziunea îşi împlineşte cu succes funcţia psihoterapeutică, „vindecând" sufletul telespectatorului de boala unei vieţi echilibrate şi fireşti unde credinţa, familia, relaţiile personale şi comunitare joacă rolul cel mai important. îl vindecă de „boala" de a-şi trăi propria viaţă, de a avea propria identitate, propriile bucurii şi suferinţe, propriul destin.

Concluzii. Este vizionarea TV un comportament religios?

Din punctul de vedere al creştinismului sau al etimologiei cuvântului „religie" (re-legere – refacerea legăturii cu Dumnezeu) nu se poate afirma în niciun fel că televiziunea constituie o religie pentru omul modern, deoarece ea nu cultivă sau nu reface legătura omului cu Dumnezeul Cel Adevărat, ci, dimpotrivă, îl închide, îl izolează pe telespectator într-o lume fantastică de vise ce aproximează foarte bine realitatea sau într-o lume de realităţi care pot fi uşor integrate lumii visului. În acelaşi timp însă, dacă acceptăm definiţia pe care istoricii religiilor o dau fenomenului religios, incluzând în aria acestuia şi cultele idolatre, panteiste sau actele cu un caracter magic, atunci răspunsul la întrebarea noastră poate fi cu totul altul. Dar mai întâi să facem un mic rezumat al celor constatate.

1. Faptele demonstrează că vizionarea TV capătă caracterul unui act ritual capabil să structureze existenţa omului în contextul opoziţiei dintre sacru şi profan, ceea ce constituie o însuşire fundamentală a fenomenului religios. Lumea TV defineşte un alt spaţiu şi un alt timp decât acelea cunoscute în viaţa obişnuită. Un spaţiu şi un timp mult prea asemănătoare ca structură cu spaţiul şi timpul sacru sau mitic, pentru a nu putea fi identificate cu acestea.

2. Mai mult decât toate, caracterul religios al raportării omului modern la lumea TV este subliniat de importanţa centrală pe care o dobândeşte această realitate în existenţa lumii moderne şi în viaţa fiecărui individ în parte. „Realitatea" născută pe micul ecran îmbracă într-adevăr caracterul unei lumi mitice, exemplare, aflate la un nivel ontologic superior celei reale, o lume a eroilor, a idealurilor, a faptelor extraordinare. Apariţia, pe micul ecran, consacră sau aureolează. Eroii acestei lumi, actori, cântăreţi, oameni politici – Rambo, Madona, Elvis Presley, prinţesa Diana – sunt aşezaţi la loc de cinste în sufletele a milioane de telespectatori, precum se întâmpla cu zeii de demult. Faptele lor sunt văzute ca exemplare şi, imitându-le, telespectatorul se simte „cineva", părăseşte anonimatul, dobândeşte identitate.

Inversiunea ontologică despre care vorbesc autorii postmoderni, adică transformarea televiziunii, a acestei copii a lumii reale sau a acestei plăsmuiri ficţionale într-o realitate de sine, o lume căreia s-a ajuns să i se acorde un statut ontologic mai înalt decât realului, care devine reper sau model pentru viaţa în lumea reală, poate fi întâlnită numai în cultele păgâne. Numai acolo modelul mitic, el însuşi un produs al fanteziei umane, înrâurită sau nu demonic (despre revelaţie dumnezeiască nu poate fi vorba), devine reper fundamental, model pentru toate activităţile umane. Numai în aceste culte viaţa oamenilor ajunge să se desfăşoare pe baza mitului sau în jurul sanctuarului (televizorul sau televiziunea în societatea modernă) ca loc al comunicării omului cu cealaltă lume.

3. Deşi ritualul vizionării TV sau întregul mod de viaţă pe care-l configurează televiziunea nu presupune existenţa unei divinităţi sau a unor acte de adoraţie, aceasta nu poate constitui o piedică în a considera acest obicei un act religios, deoarece am văzut că şi în contextul altor mişcări cunoscute în istoria religiei ca religioase, precum budismul primitiv nu există nicio raportare la divinitate. Identificarea unui act ca fiind religios, în

această situaţie, fenomenologii religiei o fac în funcţie de stările psihice experimentate de adepţii cultului respectiv în timpului actului ritual. Având în vedere acestea şi rezultatul analizei noastre ar ieşi pozitiv dacă ne luăm după stările experimentate de telespectator pe parcursul vizionării. Atunci când oamenii se lasă purtaţi de acea largă paletă de stări şi sentimente între care domină fascinaţia, uluirea, emoţiile puternice şi pasionalitatea, teama şi chiar spaima, sentimentul copleşirii şi al unei încrederi „indescriptibile”, chiar dacă ei nu conştientizează, nu fac decât să-şi cultive aceleaşi stări pe care omul „religios” le trăia în prezenţa misterului – cel care în religiile păgâne se substituia Dumnezeului Celui Adevărat.

4. Aşezându-se în faţa televizorului câteva ceasuri zilnic, telespectatorul nu-şi dă seama că astfel îşi satisface, de fapt, şi nevoia de ritual. Obiceiul vizionării îmbracă un caracter ritual atât din punctul de vedere al structurii sale interne, al manierei în care organizează viaţa telespectatorului, al caracterului său repetitiv, cât şi al modului în care oamenii se raportează la „realitatea” TV.

5. În ultima secţiune a acestui capitol au fost aduse în discuţie funcţiile pe care religia le împlineşte în mod firesc în viaţa omului. Am avut posibilitatea să constatăm că acestea sunt atribuite sau preluate astăzi de mass-media sau în special de televizor. Oamenii îşi explică lumea sau îşi configurează orizontul gnoseologic şi etic tot mai puţin prin intermediul religiei. Nu se mai orientează în viaţă cu ajutorul poruncilor lui Dumnezeu, ci toate acestea se realizează astăzi, îndeosebi, prin televizor sau cu concursul acestuia. Chiar dacă telespectatorii din toată lumea ţin de religii diferite, orizontul lor de valori sau comportament este tot mai puţin oferit de credinţă şi într-o măsură tot mai mare, de mesajele sau experienţele televizualului.

Ţinând cont de toate acestea, s-ar putea uşor afirma că vizionarea IV este un comportament cu largi valenţe religioase. De asemenea, cei care cred că televiziunea sau

Internetul se constituie ca noi religii ale umanităţii ar găsi în cele subliniate mai înainte un bogat material justificativ pentru susţinerea acestei idei. Totuşi, se pare că această punere a problemei nu este atât de rodnică pentru o bună înţelegere a fenomenului televizual. Un răspuns pozitiv sau negativ ar putea crea discuţii sau controverse interminabile. Semnificativ de remarcat ar fi un fapt care, conform analizei realizate, pare evident:

Televiziunea joacă în viaţa omului modern rolul unei religii. Este vorba mai exact de o simulare, de o substituire a adevăratei vieţi religioase. Televiziunea nu generează o religie, ci un surogat de religie, o modalitate profană prin care omul zilelor noastre poate să-şi satisfacă temporar sau să-şi amăgească nevoia ontologică de religios. El sfârşeşte prin a-şi amâna la nesfârşit conştientizarea situaţiei în care se găseşte, manifestarea acelei crize existenţiale care ar trebui să-l zguduie, să-l trezească, trimiţându-l către reluarea legăturii filiale cu Dumnezeu, către nutrirea duhovnicească a unui suflet însetat de absolut. Televiziunea, în acest context, poate fi văzută ca un fel de anestezic al simţului realităţii, un euforizant sau un narcotic indicat pentru uitarea grijilor, a problemelor sau pentru depăşirea tensiunilor existenţiale create de lumea modernă. Vizionarea TV oferă „şansa" uitării, a uita chiar de trecerea timpului, de îmbătrânire, de boală şi chiar de proximitatea morţii.

Ceea ce defineşte cel mai bine fiinţa televiziunii (jocurile video şi labirintica lume a Internetului intră în aceeaşi ecuaţie) nu este atât religiosul, cât caracterul înşelător. Televiziunea este fabrica de vise, închipuiri sau iluzii care hrănesc imaginarul individual şi colectiv. Ne înşală, sugerându-ne că prin ea putem dobândi tot ceea ce însuşi Dumnezeu ne-ar putea oferi: viaţa plenară şi fără griji, bogăţia, fericirea, într-un cuvânt, paradisul pierdut. Televizorul ne amăgeşte că suntem „cineva", că nu suntem singuri, ci participăm la viaţa lumii, aflându-ne în mijlocul ei. Ne iluzionează că putem depăşi suferinţa sau moartea,

trăind împreună cu eroii de pe micul ecran.

Impostura este însuşi modul sau raţiunea televiziunii de a fi, prin faptul că întreaga „realitate” televizuală nu este decât o imitaţie, un simulacru de lume, care mimează tot ceea ce Dumnezeu şi lumea reală îi pot oferi omului. Parcă nemulţumindu-se cu rolul de mim, lucrurile evoluează până într-acolo, încât se sugerează că lumea TV constituie însuşi originalul, iar de acum înainte viaţa reală trebuie să o aibă drept model, imitând-o.

În realitate, televiziunea nu dăruieşte nimic, nu rezolvă niciuna dintre problemele spirituale ale omului contemporan, ci dimpotrivă. Iluzia împlinirii, a comunicării, a depăşirii morţii şi a puterii se manifestă doar pe parcursul vizionării, precum se întâmplă şi în cazul consumului de droguri. Reîntoarcerea în lumea reală este însoţită nu numai de o revenire, ci chiar de o amplificare a crizei. Omul se simte mai singur, mai trist, mai slab, mai neputincios, lipsit de sens şi denutriţionat, privat fiind de trăirea unei vieţi autentice, cu toate necazurile şi bucuriile ei, şi a unei relaţii vii cu Dumnezeu. Televiziunea devine astfel, poate, cea mai mare păcăleală a vremurilor noastre.

Uriaşa capcană pe care aceasta o constituie pentru existenţa omului contemporan nu-şi epuizează aici potenţialul vătămător. Deşi în urma vizionării criza existenţială se accentuează, iar golul din suflet se măreşte, lucru care ar trebui să pună pe gânduri, să determine întreruperea consumului de programe TV, omul-telespectator găseşte tot mai puţin puterea întoarcerii către lumea reală, a dobândirii în interiorul acesteia a ceea ce sufletul său râvneşte. Vizionarea slăbeşte puterile sufleteşti: pasivizează, leneveşte voinţa, slăbeşte motivaţia, însingurează şi, în esenţă, îl îndepărtează tot mai mult pe om de Dumnezeu, de oameni şi de tot ceea ce ar presupune o viaţă normală. Astfel, cea mai comodă soluţie, chiar dacă temporar, o oferă tot televizorul. În el se închide cercul vicios pe care tot el l-a deschis.

Sensul ultim al televiziunii şi Internetului, prin însăşi

natura sau legea lor de existenţă, nu pare a fi altul decât acela de a-l determina pe om să trăiască, tot mai mult, în lumea virtuală pe care ele o nasc. Lumea televizualului, precum o fiinţă autonomă, un copil eliberat de sub tutela părinţilor săi, dobândeşte viaţă de sine. Această fiinţă abia zămislită nu se poate dezvolta (cercetările postmoderne arată că realitatea virtuală se află abia în zorii existenţei ei) decât prin lupta cu propriul părinte. Creşterea lumii virtuale nu se poate produce decât în măsura în care prezenţa omului în lumea reală se diminuează tot mai mult. Omul zilelor noastre, cu cât va petrece mai multe ore zilnic în interiorul lumii televizuale, cu atât va fi mai puţin prezent în cea reală[74].

Miliarde de oameni aşezaţi în faţa televizorului sau a calculatorului o parte semnificativă din timpul fiecărei zile[75], trăind dincolo de ecran, în spaţiul virtual definit de acestea, este un fapt care în mod probabil va avea profunde ecouri în existenţa umană şi în istoria lumii. Televiziunea şi Internetul, o plasă aruncată peste întreaga lume (Internet în engleză înseamnă „reţea" sau „plasă") se arată a deveni nu atât o importantă religie a întregii umanităţi, cât un alt mod de a fi al omului viitorului, într-o altă lume decât aceea reală. Să fie aceasta o nouă experienţă spirituală, aşa cum sugerează autorii postmoderni sau new-age-işti? Producerea unor profunde transformări în conştiinţa umană se anticipează deja.

O altă consecinţă a substituirii vieţii religioase cu vizionarea TV este dată de faptul că televizorul cultivă o percepţie magică asupra lumii. Această falsă experienţă religioasă lasă în timp o urmă adâncă în mintea omului, alienându-i acele puteri sau facultăţi de care depinde viaţa spirituală a omului religios, îndeosebi a creştinului. Omul-telespectator se obişnuieşte cu o experienţă facilă, în care

74 Și când va reveni în existența cotidiană, mintea telespectatorului tot în jurul experienței virtuale se va învârti, căci aceasta este întotdeauna cea mai intensă.

75 în Occident, media vizionării sau a prezenței pe calculator sau internet a ajuns deja la peste 6 ore zilnic.

iniţiativa aparţine complet celuilalt (aici televizorului), o experienţă care pasivizează şi captivează, dând, în acelaşi timp, în mod amăgitor, senzaţia unei implicări active şi a eliberării. E, aşadar, o experienţă incitantă în care imaginile excită puternic simţurile şi emoţia, când telespectatorul trăieşte intens un amalgam de sentimente de multe ori contradictorii, ca neîncrederea şi siguranţa, implicarea în suferinţa celor de pe micul ecran, dar şi detaşarea faţă de aceştia, teama şi totodată intensa plăcere euforică. Suntem înăuntrul lumii televizualului, participăm prin identificare şi empatie la viaţa tumultuoasă, plină de pasiuni şi, totodată, ne aflăm deasupra acestei lumi, o transcendent, menţinându-ne intangibili, protejaţi prin însăşi condiţia noastră de telespectatori. Astfel oamenii devin tot mai puţin capabili să trăiască o experienţă spirituală autentică, în care, pentru a putea trăi taina, trebuie efort, asceză, rugăciune, răbdare şi linişte, condiţii în care mintea să ajungă să sesizeze, dincolo de gesturile văzute ale ritualurilor, prezenţa delicată a lucrării dumnezeieşti.

Experienţa creştină este, prin excelenţă, una simbolică, şi nu una imaginară. Nu imaginile domină preocuparea creştinului[76], ci Cuvântul Evangheliei sau al rugăciunii, simbolurile întâlnite în ritual şi în natură. Chiar şi atunci când apar imagini (icoanele, frescele bisericilor), acestea au tot o valoare de simbol, căci conduc mintea dincolo de ele, către lumea de sus. Televiziunea însă face mintea dependentă de imagini, de *acum* şi de *aici*, de aparenţă, de formă exterioară sau de suprafaţă, inhibând în mod proporţional gândirea simbolică. Ceea ce caracterizează imaginile de la televizor este intensitatea cu care ele provoacă dorinţele, chemând la acţiune, şi nu la adâncirea simbolică a lor.

Viaţa creştină necesită o temperare a simţurilor, şi nu o incitare a lor, pentru a putea fi eliberată mintea,

76 în majoritatea religiilor, nu imaginea, ci cuvântul sau gândirea simbolică joacă rolul fundamental.

cugetarea, de aceste influenţe, în scopul adâncirii experienţei spirituale. Simţurile excitate nu au ce căuta într-o experienţă duhovnicească. Pântecele sau dorinţa împreunării trupeşti nu pot fi condiţii ale unei trăiri religioase decât, poate, în tantrismul indian sau în cultele idolatre. De asemenea, ritualul, taina Bisericii nu violentează, nu provoacă, nu captivează producând o fascinaţie hipnotică, ci lasă omului toată libertatea de a le trăi şi adânci în măsura disponibilităţii sufleteşti. Relaţia cu Dumnezeu este o acţiune personală; ea cere timp, răbdare, linişte, lucruri pe care tehnologia video le subminează.

Învăţaţi cu televiziunea, cu acest surogat de trăire religioasă, oamenii ajung să fie tot mai puţin atraşi de un autentic act religios, căci nu mai au puterea de a-l trăi. Plictiseala şi enervarea pot apărea atunci când lucrurile sunt prea lente, când atenţia nu este captivată de o trăire mai intensă sau când lipseşte răbdarea şi mintea nu se poate deloc aduna şi linişti, pentru a asculta şi adânci cuvintele slujbei. Schimbările pe care experienţa video le produce în mintea omului contemporan îl fac pe aceasta tot mai puţin capabil de a se împărtăşi de o viaţă duhovnicească autentică, concomitent însă – şi acesta este lucrul cel mai grav – se deschide minţii un apetit deosebit pentru o experienţă de tip magic. Dar despre acest lucru vom vorbi într-un alt capitol.

Care sunt, în mod schematic, câteva dintre cele mai importante consecinţe ale substituirii adevăratei religii de către televiziune, pentru viaţa omului modern?

— Îndepărtarea omului de propria credinţă prin însuşirea unui mod de viaţă complet străin, chiar opus celui pe care îl promovează religia (ne referim în principal la creştinism).

— Satisfacerea în mod fals a setei de religios, de ritual, a nevoii de Dumnezeu, prin acest surogat de trăire religioasă pe care-l reprezintă vizionarea TV.

— Slăbirea puterilor şi a facultăţilor mentale cu

ajutorul cărora omul este capabil să participe la un autentic act religios, cultivându-se totodată o minte sensibilă şi deschisă experienţei sau influenţei magicului.

În măsura în care modul de viaţă al telespectatorilor este modelat de televiziune, atunci, în mod proporţional, oamenii vor ajunge să gândească şi să se poarte altfel decât îi învaţă religia de care aparţin. Faptele, atitudinile fundamentale în faţa provocărilor lumii, orizontul de aşteptare şi înţelegere, mentalităţile sunt cele care exprimă cel mai bine credinţa unui om. După cum spune Mântuitorul, „pomul după roade se cunoaşte" Dacă aceste roade reflectă, în cazul telespectatorilor, într-o măsură tot mai mare, cultura promovată de televiziune, oamenii vor ajunge treptat să aparţină propriei religii numai în mod formal şi declarativ.

Camuflată în haina toleranţei, televiziunea nu ne spune să ne părăsim credinţa, dar ne sugerează cum trebuie să fim şi ce să facem în viaţă, determinându-ne astfel să ne îndepărtăm de propria credinţă, de care ne va mai lega doar numele.

De ce revrăjirea, şi nu vrăjirea lumii prin televizor

Termenul de „revrăjire", nu ne aparţine. Acesta este cuvântul de ordine al mişcării New Age.

La începutul secolului al XX-lea, M. Weber afirma că, în mod esenţial, raţionalismul modern şi capitalismul conduc la o demitologizare, la o dezvrăjire a lumii (*Entzauberung der Welt*). Morris Berger sesizează reversibilitatea procesului în cartea sa *Wiederverzauberung der Welt (1983)* – Revrăjirea lumii. Acesta este, de fapt, scopul principal al mişcării New Age

(în traducere Noua Epocă sau Noua Eră) [77]. Promotorii noii[78] ere propovăduiesc părăsirea paradigmei vechi, raţionaliste a societăţii tehnologice pentru ca omenirea să se reîntoarcă la un mod religios de a fi. Nu însă la creştinism, ci la o viziune holistică, panteistă sau magică asupra existenţei.

În cadrul programului de revrăjire a lumii, Gerd Gerken, unul dintre doctrinarii mişcării New Age, arată că în noua eră pe care o propovăduieşte această mişcare – aflată sub zodia vărsătorului – descoperirea imaginilor lăuntrice, pătrunderea în spaţiul magic al lumii inconştientului se va realiza „nu de către câţiva harismatici şi mistici, nu de către elemente mediale (n.n. mediumurile sau şamanii vremurilor noastre) ce practică magia şi alte exerciţii oculte, ci de către cvasitotalitatea societăţii mondiale actuale.”[79]

---

77 Mișcarea New Age se dezvoltă și se răspândește pe parcursul deceniului 7 al secolului al XX-lea. în anul 1979, publicația new-age-istă Spiritual Comunity Guide prezintă o listă cu peste zece mii de organizații și filiale pe care această mișcare le deținea în SUA, Canada și în alte câteva țări europene. Dincolo de propriile organizații, mișcarea înglobează în orizontul său mișcări orientale de tipul: meditația transcendentală, yoga, societăți de teosofie, școli de psihanaliză, mișcarea hippy, mișcări și partide ecologiste, feministe. Mișcarea New Age pregătește și propovăduiește intrarea omenirii într-o nouă eră aflată sub semnul Vărsătorului. Ea afirmă că „era creștină din zodia peștilor, peștele fiind simbolul lui Hristos, nu a mântuit lumea, însă mântuirea este inevitabilă și se va realiza în era de sub zodia Vărsătorului” în care, spun ei, vom intra în curând. în volumul următor, vom acorda mai mult spațiu fenomenului new age.

78 Prin new-age-iști sau promotorii noii ere vom înțelege atât pe cei care fac parte din mișcarea New Age, cât și pe toți care subscriu obiectivelor și ideologiei mișcării.

79 „Această descoperire va avea loc treptat și se va manifesta în afirmarea tot mai insistentă a rolului viziunii, imaginației, kinesteziei, a calităților pre-reflectoare, anteconceptuale ale spiritului, iar odată cu aceasta a rolului extraordinar al tehnicilor conștient-mitologice, conștient-metafizice, care mizează pe restabilirea funcționalității acum încă reprimate a emisferei cerebrale drepte. Opinia comunității oamenilor de știință, observă Gerken, e tot mai rar defavorabilă «parapsihologici», domeniu pe care deloc nu-l mai califică drept «neo-

Din textele adepţilor noii ere rezultă că mişcarea nu va renunţa la ştiinţă sau la tehnologie, deşi va lupta cu toată puterea împotriva obiectivităţii, a gândirii logice, a tot ceea ce înseamnă raţionalitate şi adevăr obiectiv. În mod oficial, mişcarea Nouă Eră afirmă că în procesul de revrăjire a lumii rolul principal îi va reveni sintezei dintre ştiinţă şi esoterism. Prin folosirea unui limbaj sofisticat, a unei argumentări ştiinţifice, magia şi tehnicile oculte vor fi aduse în atenţia întregii lumi. Tehnologia, media audio-video în special vor deveni mijloacele predilecte ale magicienilor timpurilor noastre.[80]

În centrul transformărilor de conştiinţă pe care se bazează revrăjirea lumii se află aşa-zisa imagine lăuntrică (gândirea de tip alfa), adică stările alterate de conştiinţă – stările hipnotice, halucinatorii, visul şi ca experienţă definitorie pentru omul modern televizionarea. New-age-iştii susţin că „prin cultura audio-video alături de lumea obiectelor senzorial sesizabile, societatea va dobândi posibilitatea de a trăi şi exprima realităţi care nu sunt altceva decât colecţii de idei-alfa (imaginile video sau fantasmele televizualului), colectiv acceptate, adică esenţe imagistice. Formula viitorului este mimesis versus computer şi video, imaginea realităţii artefactice contra conţinuturi de conştiinţă co-participative" (*Wurtz* 1992: 119).

Elementele programului de revrăjire a lumii susţinut de mişcarea New Age prezentate mai sus ne indică limpede faptul că revrăjirea lumii prin intermediul televizionării este astăzi o realitate, chiar obiectivul recunoscut oficial de această mişcare sincretistă ce se

---

superstiție», ci dimpotrivă, îl definește frecvent ca «tehnică a modelării lăuntrice a lumii exterioare».” (Wurtz 1992: 117)

80 „«Imprecizia» vechiului esoterism, arată Gerd Gerken, este înlăturată prin electronică. O învățătură, odinioară inițiatică, secretă, exclusivă devine acum general-acceptabilă datorită fundamentării ei prin comensurabilitate sofisticată. (...) Sinteza dintre esoteric și electronică este ultima teză a listei de elemente ale zorilor Noii Ere.” (Wurtz 1992: 119)

afirmă tot mai insistent ca viitoarea religie a lumii.

Pentru a se înţelege care este sensul adevărat al afirmaţiilor lui Weber, Berger şi ale doctrinarilor mişcării Noii Ere, trebuie făcute câteva precizări.

1. Dezvrăjirea, cu înţelesul pe care i-l atribuie autorii citaţi anterior, nu a existat niciodată. Mai curând este vorba despre un proces de descreştinare a societăţii.

Într-adevăr raţionalismul cartezian, de la iluminism încoace, a jucat un rol principal în secularizarea lumii, în descreştinarea acesteia însă nu se poate vorbi despre o reală demitologizare, întrucât însăşi ştiinţa a devenit mitul fundamental al societăţii moderne. Evoluţionismul sau materialismul sunt mai puţin concluzii ştiinţifice, cât adevărate mitologii. Cei care le susţin cred în ele precum omul antic credea în idolii săi, cu diferenţa că materialistul găseşte în ştiinţă suportul argumentării propriei credinţe. Semnificativ este faptul că mulţi dintre marii atei ai iluminismului, oameni aşa-zişi ai raţiunii, se ocupau cu spiritismul sau cu alte practici teozofice şi oculte (*Encausse* 2002: 55 – 62), iar marii materialişti şi revoluţionari comunişti ca Marx, Lenin etc. erau membrii unor grupări sataniste.

În concluzie, procesul pe care îl vizează Weber – secularizarea – nu este unul de demitologizare a lumii, ci, mai curând, de descreştinare a societăţilor unde creştinismul devenise credinţa majorităţii oamenilor şi religia oficială a statului. Secularizarea este un proces în care ştiinţa de popularizare şi raţionalismul devin mijloacele eliminării credinţei creştine din viaţa societăţii, din gândirea şi modul de viaţă al omului modern.

Am spus ştiinţa de popularizare, deoarece adevărata ştiinţă nu are nimic potrivnic credinţei creştine. Dimpotrivă, faptul că ştiinţa s-a dezvoltat cel mai mult în spaţiul societăţii creştine este cea mai bună dovadă că gândirea creştină constituie un cadru prielnic cercetării ştiinţifice. În istoria lumii moderne, cea mai mare parte a savanţilor au fost nişte oameni credincioşi. Ştiinţa nu este

decât un instrument prin care mintea omului sondează tainele creaţiei, şi reuşeşte să determine principiile şi legile care guvernează ordinea fizică a lumii.

Există o deosebire semnificativă între adevărata cercetare ştiinţifică şi ştiinţa de popularizare. Cea din urmă selectează şi interpretează datele rezultate în urma cercetării ştiinţifice sau chiar orientează cercetarea astfel încât să fie argumentată o anumită ideologie. În vederea atingerii obiectivelor, ştiinţa de popularizare poate ajunge până la contrafacerea rezultatelor cercetării ştiinţifice şi chiar la promovarea unor teorii false susţinute de o argumentare pseudoştiinţifică.

Din păcate, în ultimele secole, principalul obiectiv al celor care au instrumentat ştiinţa de popularizare a fost acela de a submina credinţa creştină, de a-l îndepărta pe om de Dumnezeu. Cei care promovau ştiinţa popularizau ideea că ultimele descoperiri ştiinţifice dovedesc că nu există Dumnezeu, ci doar materie şi evoluţie (evoluţionismul şi materialismul), că nu există suflet, ci numai psihic şi sistem nervos (freudismul, ştiinţele psihicului în general).

2. Descreştinarea sau secularismul este el însuşi început al revrăjirii lumii.

Având în vedere că Dumnezeu există şi este Unul în Treime, că Adevărul este Hristos Fiul lui Dumnezeu care a venit în lume ca să-i mântuiască pe cei care stăteau în „întuneric şi în umbra morţii”, şi că învăţătura şi viaţa cea adevărată este cea în Hristos, atunci însuşi procesul de secularizare, de îndepărtare a omului de Dumnezeul Cel Adevărat nu este altceva decât un act de înşelare, de vrăjire, de iluzionare a omului cu ideea că lumea este doar materială, că omul nu este decât un animal evoluat şi, prin urmare, nu mai trebuie să dea socoteală pentru faptele sale, căci dincolo de moarte nu este nimic.

Ceea ce new-age-iştii numesc dezvrăjire a lumii, produsă în epoca raţionalismului, este de fapt debutul procesului de descreştinare a societăţii, de reducere a

omului la condiţia de animal evoluat şi începutul procesului de revrăjire a lumii.

Lumea creştină n-ar fi acceptat reîntoarcerea la practicile magice, la idolatria păgânismului, dacă i s-ar fi cerut aceasta dintr-odată. Era greu de şters din memoria popoarelor creştine secolele în care conducătorii păgâni ai lumii şi preoţii idolatri ai acestora prigoneau creştinismul, torturându-i şi omorându-i cu bestialitate pe cei care mărturiseau pe Hristos. Nu putea fi uitat sângele vărsat de martiri pentru apărarea credinţei în faţa ereziilor, a celor care încercau să o surpe din interiorul Bisericii. Lupta pe faţă a păgânismului împotriva creştinismului ar fi fost întâmpinată de o reacţie puternică din partea popoarelor creştine, a Bisericii şi a conducerii acestora, şi nu ar fi avut eficacitatea dorită. Conştiinţa oamenilor era suficient de trează ca să înţeleagă că, acolo unde este idolatrie, este lucrarea diavolului. De aceea era nevoie de o fază intermediară – secularizarea – în care să fie smulşi mai întâi vlăstarii credinţei creştine din inima oamenilor, unde mai apoi să fie aruncată, sădită neghina lucrării vrăjmaşului – vrăjirea – ascunsă în spatele unor practici magice şi idolatre susţinute, de data aceasta, cu argumente „ştiinţifice”.

Şi totuşi, dacă dezvrăjirea, în sensul pe care i-l dau adepţii noii ere, nu a existat, ci a fost vorba doar de o descreştinare a lumii, de ce mai rămâne valabil conceptul de revrăjire ca proces invers al dezvrăjirii?

Una din principalele metode de înşelare şi de ascundere a adevărului folosite în ultima vreme este aceea de a-l afirma, schimbându-i însă înţelesul, conferindu-i o altă interpretare. New-age-iştii sau toţi cei care lucrează pentru aşa-zisa eră a vărsătorului sau pentru noua ordine mondială, se folosesc din plin de această metodă. Ei spun lucrurile pe faţă, doar că le dau o lectură falsă. Atunci când informaţia prin volumul ei nu mai poate fi controlată, când scade discernământul, oamenii nu mai pot surprinde adevărul în tot ceea ce li se spune, ci vor rămâne doar cu

explicaţiile date de cei care controlează mass-media.

Promotorii noii ere spun lucrurilor pe nume. Anunţă că vor să revrăjească lumea, dar camuflează adevăratul sens al revrăjirii în spatele unui limbaj ştiinţific extrem de elaborat, din care omul simplu nu pricepe mai nimic, o ascund în spatele unui demers justificat istoric prin aşa-zisa reacţie la desacralizarea pe care ar fi produs-o raţionalismul. Ei nu spun că, de fapt, dau o nouă turnură procesului de descreştinare a lumii, schimbând cu totul unghiul de atac. Ascund faptul că obiectivul principal, atât al secularizării, cât şi al revrăjirii lumii este de a-L scoate pe Hristos din inima oamenilor şi din viaţa societăţilor creştine. Ascultându-le argumentaţia, mulţi vor vedea în New-Age un salvator al credinţei, al dimensiunii religioase a existenţei, un luptător împotriva secularismului sterp şi a raţionalismului, şi astfel vor fi atraşi să se alăture demersului lor, fie şi numai printr-o solidaritate de opinie.

3. Adevărata dezvrăjire a lumii s-a realizat pe tot parcursul istoriei creştinismului, de la întemeierea Bisericii până în zilele noastre.

Termenul de revrăjire îşi menţine valabilitatea, cu toate că nu în sensul pe care i-l dă New-Age-ul. Dezvrăjirea lumii a existat cu adevărat, chiar dacă nu a fost un proces finalizat în istorie. Dezvrăjirea lumii, căderea idolilor şi însănătoşirea spirituală a oamenilor a început odată cu venirea în lume a Fiului lui Dumnezeu, cu învierea Sa din morţi, cu biruinţa lui Hristos asupra diavolului. Creştinismul îl scoate pe om de sub robia idolatriei, a iluziei, a păgânismului, ridică vălul magic de pe lume şi de pe ochii celor care-L primesc pe Hristos Lumina lumii. Întreaga istorie a Bisericii este un proces de dezvrăjire a lumii, de întoarcere a oamenilor la Dumnezeul Cel Adevărat.

Dezvrăjirea nu s-a realizat niciodată în mod complet, nici chiar în ţările creştine. Cu toate acestea, în acea parte a lumii unde a fost primit creştinismul, atât religia, cât şi cultura, legislaţia şi stăpânirea erau creştine. În zilele

noastre, dimpotrivă, la nivel global uşor poate fi identificat un proces invers celui prin care a trecut lumea în ultimii 2000 de ani. Chiar şi în societăţile în care creştinismul s-a înrădăcinat cu putere în modul de viaţă al oamenilor, în lege şi în cultură, are loc întoarcerea la o legislaţie necreştină, la un mod de viaţă păgân, la practicile magice şi la credinţele idolatre. Termenul de revrăjire devine astfel perfect justificat, ca desemnând întoarcerea omenirii la închinarea idolatră de dinaintea venirii lui Hristos.

Deoarece ştiinţa este una din pârghiile principale ale procesului de revrăjire a lumii, trebuie remarcat următorul paradox: La început, sub acoperirea descoperirilor ştiinţifice, se formulau argumentele susţinerii inexistenţei lui Dumnezeu, a faptului că totul poartă amprenta materialităţii şi a obiectivităţii, pentru a se ajunge astăzi ca, prin aceeaşi ştiinţă şi prin copilul acesteia – tehnologia, să se susţină că realitatea nu are un caracter obiectiv, că viziunea şi capacităţile paranormale trebuie să predomine în procesul cunoaşterii. Ceea ce se păstrează neschimbat în cele două ipostaze ale ştiinţei de popularizare este caracterul anticreştin al demersului ideologic pe care îl promovează aceasta. Atât în perioada secularizării societăţii, cât şi în procesul de revrăjire ce are loc astăzi, ştiinţa de popularizare a fost folosită ca armă împotriva Bisericii şi a gândirii creştine.

* * *

Prin ideologia mediatizată, pe de o parte, şi prin tipul de conştiinţă modelată prin televizionare, pe de altă parte, televiziunea subminează învăţătura şi modul de viaţă creştin, cultivând, în schimb, magicul şi păgânismul. Canalele de televiziune *National geografic*, *Discovery* şi *Animal planet* axate pe programe informative cu caracter „ştiinţific”, de fapt ştiinţă de popularizare, sunt cele care promovează evoluţionismul – o teorie depăşită din punct de vedere ştiinţific –, fenomenele paranormale şi practicile oculte, credinţa în extratereştri, dar şi cărţi şi idei anticreştine precum *Codul lui Da Vinci* şi *Evanghelia după*

Iuda. Ele se dovedesc a fi cele mai bune mijloace de propagandă ale ideologiei erei vărsătorului[81].

Prin televiziune, prin mass-media în general sau prin tehnologizarea şi artificializarea ideologizantă a întregului mod de viaţă a omului modern, plasa iluziei, a magicului este aruncată peste întreaga lume. A ne menţine în afara vârtejului în care încet încet este prinsă întreaga lume depinde numai de noi. Cunoaşterea mijloacelor folosite de statul magic în vrăjirea lumii, păzirea minţii de contaminarea cu viruşii mediatici ce străbat spaţiul de conştiinţă al lumii – mass-media – sunt paşi absolut necesari pentru a ne smulge din torentul reprezentat de acest proces, paşi pe care îi vom analiza în volumul viitor.

Principalul este însă hrănirea sufletului cu „hrana cea adevărată”, umblarea pe calea strâmtă, dar înveselitoare pentru mintea şi sufletul omului, şi, în esenţă, o viaţă în Hristos, Fiul Dumnezeul Cel Adevărat. În volumul al IV-lea acestei cărţi va fi abordată şi această dimensiune a eliberării din sclavia televizualului în cadrul dialogului cu părinţii din Sfântul Munte.

Anexă

Arthur Berger împreună cu alţi cercetători ai mediei audio-video constată că actul dramatic constituie nota caracteristică a conţinutului programelor de televiziune. De la filmele artistice, emisiunile de divertisment şi până la emisiunile sportive şi programele de ştiri, aproape tot ce apare la televizor este îmbrăcat în haina dramaticului. Faptul are consecinţe deosebit de importante:

a) Tensiunea emoţională puternică întreţinută de actul dramatic inhibă într-o anumită măsură funcţiile de control ale cortexului prefrontal, afectând astfel analiza raţională a mesajului, atât discernământul, cât şi iniţiativa personală în participarea la procesul cunoaşterii.

b) Emoţiile puternice au o contribuţie esenţială la

81 Vezi programul ideologic al mișcării New Age în HJ. Ruppert, New Age - Endzeit oder Wendezeit, Coprint, Wiesbaden, 1985, p. 12, (Wurtz 1992: 114-119)

imprimarea cu putere a mesajului în structurile profunde ale subconştientului.

c) Magicienii consideră că producerea unor emoţii intense – voluptatea, plăcerea sau durerea – constituie una din condiţiile de bază ce trebuie îndeplinite pentru ca actul magic să fie încununat de succes.

d) Prin toate acestea, drama, ca un gen ce cultivă în mod prioritar emoţia, devine indispensabilă oricărui proces de manipulare de tip seductiv. Astfel, televiziunea prin dramatic nu face decât să-şi sporească forţa de seducţie şi de persuasiune, în fapt, controlul asupra conştiinţelor indivizilor.

Pentru a înţelege motivul pentru care televiziunea favorizează în mod deosebit genul dramatic, vom reda în continuare un fragment din cartea scrisă de Martin Esslin (*Esslin* 1982: 131), unul din autorii de referinţă în cercetările privind genul dramatic:

„Iată maniera în care un romancier ar prezenta un nou personaj în cartea sa: «Şi apoi o tânără femeie de o frumuseţe remarcabilă a intrat în cameră. Era înaltă, avea părul auriu, o faţă rotundă, ochi profunzi, albaştri, o gură neclintită deasupra bărbiei bine rotunjite şi energice. Ea purta o rochie de catifea de un albastru pal, croită elegant în stil puţin învechit, cu ornamente de dantelă albă. Expresia feţei ei era serioasă, nu s-ar zice melancolică, ba chiar uneori urma unui zâmbet răutăcios părea să plutească în jurul colţurilor gurii…» Şi aşa mai departe.

Ceea ce romancierul trebuie să comunice într-o perioadă de timp considerabilă prin acumularea unui număr de elemente narative distincte, regizorul poate transmite într-un singur moment, pur şi simplu introducând pe scenă o actriţă cu înfăţişarea şi vestimentaţia dorită. Pe când cititorul romanului trebuie să păstreze în minte fiecare element de informaţie, pe când celelalte sunt adăugate, rând pe rând, spre a construi imaginea completă, spectatorul unei reprezentări dramatice (teatrale) le primeşte ca o singură imagine şi cu

un impact emoţional mult mai rapid. Informaţia transmisă prin metoda lineară, discursivă a romancierului trebuie să treacă prin conştiinţa cititorului înainte de a se putea plămădi ca imagine în mintea sa. Dimpotrivă, spectatorul unei realizări dramatice va primi imaginea în mod direct, deşi majoritatea componentelor impresiei vor rămâne sub nivelul de sesizare al conştiinţei depline (n.t. subliminal).

„Romanul conţine un element de linearitate şi abstract, în contrast cu ceea ce este spus pe scenă, unde totul prinde contur prin intermediul fiinţelor umane care sunt percepute, în primul rând, ca imagini şi, prin urmare ceea ce spun este numai o funcţie secundară a acelor imagini. Elementul verbal, la nevoie, fie va întări, fie va contrazice mesajul principal al imaginii căreia îi este subordonat. Dacă, să spunem, Iago îl asigură pe Othello de afecţiunea sa, dar are o expresie de ură arzândă, mocnită în ochi, elementul verbal va fi în mod clar devalorizat. Ceea ce personajul face, şi nu ceea ce el spune, contează în dramă. În faimoasa scenă finală din *Aşteptându-l pe Godot* de Samuel Beckett, unul din cei doi bărbaţi epuizaţi spune: «Hai să mergem», dar punerea în scenă şi acţiunea celor două personaje sugerează că ei nu se vor mişca. În fiecare caz importanţa elementului vizual, de situaţie, concret – imaginea, predomină neîndoielnic asupra conţinutului abstract al elementului verbal.

Drama se referă la oameni aflaţi în interacţiune socială: interesul esenţial al spectatorului dramei este ataşat de personalităţile implicate, de aspectul şi caracterul lor, de influenţele asupra celorlalţi. Elementul lingvistic care are legătură cu transmiterea ideilor abstracte poate adesea coborî foarte jos pe scara noastră de interes, în urma gesticii şi a mişcării, după costume, chiar şi după impactul produs de decor.

În dramă, la fiecare moment dat, spectatorul primeşte un complex de informaţii care generează o impresie generală, o imagine cu un impact emoţional, ce consistă din numeroase elemente care vor rămâne în

spatele pragului de conştiinţă, dar vor fi întotdeauna focalizate asupra unei personalităţi umane, a unui personaj. Strălucirea luminii soarelui, clădirile dragi din piaţetă, ritmul vioi al muzicii de fundal, culorile vii ale costumului pe care îl poartă actorul, iuţimea paşilor lui, toate contribuie la impresia spectatorului că tânărul îndrăgostit pe care îl vede în faţa sa este fericit în cel mai înalt grad, însă doar o minoritate a publicului va fi conştientă de multitudinea elementelor informaţionale care împreună vin spre a produce această impresie. Drama este întotdeauna acţiune; acţiunea ei este mereu cea a fiinţelor umane. În dramă, noi experimentăm lumea prin personalitatea personajelor.

* * – *k*

Reprezentaţia, fie life (teatrul), fie înregistrată mecanic (filmul), poartă un pachet mai bogat şi mai complex de sisteme producătoare de semnificaţii (înţelesuri) decât o va face cuvântul scris. Acest pachet dramatic multistratificat va produce un impact emoţional ale cărui elemente rămân în mare parte subliminale. Şi conţinutul abstract, pur intelectual al lucrării dramatice reprezentate, va tinde să fie subordonat impactului ei emoţional, care este în principal efectul interacţiunii dintre personaje şi personalităţile umane. «Într-o reprezentaţie dramatică, pe scenă, la televiziune sau pe ecranul cinematografic numărul de sisteme de semne (gesturi) implicate este enorm. Nu doar înfăţişarea feţei şi a corpului actorului transmite o sumă imensă de informaţii, dar şi gesturile şi mişcările sunt, de asemenea, semne într-un sistem complex al limbajului trupului. Costumele formează un alt sistem de semne complet, acela al vestimentaţiei şi a semnificaţiilor ei. La asta se adaugă «sistemul de semne» vizuale, ale decorului: mobilarea unei camere sau arhitectura unei clădiri. Există, de asemenea, un sistem de semne în orchestrarea modului în care cade lumina şi a fundalului muzical care stă la baza majorităţii filmelor şi a spectacolelor de televiziune. Un alt sistem de

semne atât în cinematografie, cât şi în televiziune este variaţia planurilor şi montajul lor: juxtapunerea planurilor îndepărtate cu prim-planurile şi tăierea dintr-o scenă sau trecerea fulgerătoare la o alta. Este imposibil a trasa fiecare dintre aceste sisteme de semne într-o ordine stabil menţinută pe o scară de priorităţi, dar un fapt ar trebui să fie evident: în dramă imaginea complexă, multistratificată domină cuvântul vorbit.

Ca şi scena de teatru şi ecranul de cinema, televiziunea «face negoţ» în primul rând cu imaginile. Iar aceasta se întâmplă nu numai în transmisiunile de programe dramatice, ci în întreaga televiziune. Este aproape imposibil să se transmită un text la televizor, dacă nu este arătat ca o titrare tăcută. Din momentul în care un anunţ este citit de către un crainic în faţa camerei de luat vederi, o multitudine de sisteme sunt dezlănţuite. Intenţia poate fi doar de a ne face să aflăm că „astăzi este miercuri 23 mai”, dar noi suntem informaţi de asemenea că aceste cuvinte sunt spuse de un bărbat chipeş, fotogenic, ce are în jur de 35 de ani, cu mustaţă blondă, că studioul în care se află el are o fereastră cu vedere înspre centrul Manhattan-ului, că bărbatul tânăr poartă o cravată cu dungi albastre, că are o verighetă pe mâna stângă şi un neg pe obrazul drept. Aflăm conţinutul informaţional al unui rând din textul citit, dar în acelaşi timp un potop de date este slobozit, despre el şi despre ceea ce-l înconjoară. Chiar dacă o intenţionează sau nu, crainicul a devenit un personaj într-un original sens dramatic. (…)

Încărcătura emoţională care declanşează răspunsul nostru, în acest caz, poate fi liniştită (moderată) sau chiar subconştientă. Dar, cu bătaie lungă, atitudinea noastră faţă de el sau faţă de unul dintre crainicii altor posturi poate determina alegerea unui canal sau altuia când urmărim ştirile. (…)

Aici stă sursa poftei umane insaţiabile pentru povestiri: întreaga ficţiune este, în ultimă instanţă, bârfă. Televiziunea, cu nesfârşitul ei şuvoi de personaje transmis

în mod dramatic (fie fictiv, fie „real”) este cel mai bun transmiţător mecanizat al acestei bârfe. Fiind mai degrabă dramatică decât discursivă, în natura ei, televiziunea satisface această poftă într-o manieră de o eficacitate unică; ea nu doar ne repetă povestiri (păţanii) despre alţi oameni, ea în fapt îi transportă pe acei alţi oameni în sufrageria noastră.

Atracţia de a bârfi, flecări, desigur, conţine la rădăcina ei unul dintre cele mai puternice impulsuri umane. Interesul nostru faţă de ceilalţi oameni conţine adesea, ca un lucru necesar, un pronunţat element erotic. Aceasta constituie una din caracteristicile de bază ale dramei şi magnetismul său: faptul că drama este fundamental erotică. Actorii procură spectatorilor care îi privesc foarte multă plăcere prin simplul fapt de a fi interesanţi, memorabili sau specimene frumoase fizic ale umanităţii. Dincolo de talentul lor artistic şi intelectual, actorii sunt oameni care, pentru bani, îşi expun prezenţa fizică publicului. Cu toţii ştim că marile staruri îşi datorează magnetismul lor special din puterea de atracţie sexuală (sex appeal), dar ceea ce se aplică marilor staruri contribuie, de asemenea, şi la atractivitatea şi succesul celor mai puţin strălucite personaje ale micului ecran. Într-un anume, sens toţi actorii sunt exhibiţionişti: ei se bucură prin faptul că sunt văzuţi, că sunt găsiţi atrăgători şi vrednici de a fi priviţi. Extrapolând, publicul spectator de teatru e de asemenea un voyeur[82].

Deşi acest fapt e valabil în toată drama, este în mod special adevărat în televiziune. Televizorul este cel mai voyeuristic dintre toate mijloacele de comunicare, nu doar pentru că furnizează mai mult material într-un curent nesfârşit de imagini şi într-o formă universal accesibilă

82 Voayerul este persoana care urmărește să privească, fără a fi văzută, la o scenă intimă, erotică. în cartea sa Crucea vizibililui, Jean Luc Marion arată: „Voayerul vede numai pentru plăcerea de a vedea (...) de a vedea totul și mai ales ceea ce nu am dreptul sau puterea de a vedea (...), de a stăpâni prin vedere ceea ce nu-mi aparține, fără a mă expune privirii celuilalt.” (Marion 2000: 84).

întregii populaţii, ci şi pentru că de asemenea este cel mai intim dintre mijloacele dramatice. La teatru, actorii sunt relativ separaţi de spectatori, iar pretextul dramatic este public. La cinema, de asemenea, avem un pretext de a aduna un public numeros într-o singură cameră, actorii sunt mai aproape de spectatori decât la teatru, dar, în prim-planuri ei sunt mai mari decât în realitate. TV este văzut la o distanţă (rază vizuală) mică şi într-un context mult mai privat. Prim-planul actorului de televiziune este pe o scară care aproximează contactul direct uman. (…)

Puterea de atracţie a televizorului este, la nivelul cel mai profund, una cu un caracter erotic. TV aduce alte fiinţe umane într-o proximitate intimă pentru o inspectare detaliată. Oamenii pe care îi vedem în prim-plan pe ecranul televizorului ne apar tot atât de apropiaţi precum partenerii noştri (sexuali) în timpul unei îmbrăţişări.

Je-k k

Şi totuşi, ei sunt zăriţi în spatele unui ecran de sticlă, printr-o fereastră ce nu poate fi deschisă. Ecranul televizorului este o scenă, un cadru pentru dispunerea de imagini, dar, deşi atât de apropiată, lumea pe care el ne-o aduce este, de asemenea, dincolo de atingerea noastră, o lume de fantome inaccesibile. Lumea pe care ne-o arată pe scena lui, în spatele acelei ferestre prin care noi vedem, dar nu putem apuca sau atinge, este esenţialmente o lume a fanteziei.

Astfel televizorul este strâns înrudit cu visarea (reveria). Trăsătura esenţială a reveriilor e aceea de a fi în afara controlului conştient. Şarmul lor constă cu siguranţă în imaginile spontane pe care le bliţ-ează în faţa ochilor minţii noastre, cărora noi ne predăm în mod pasiv şi cu plăcere. Imaginile TV sunt recepţionate în acelaşi mod. Hollywoodul şi-a câştigat, datorită industriei de film, eticheta de „fabrică de vise”, din primii ani de producţie de divertisment de masă; într-un mod similar, industria TV a creat un produs care poate fi numit „maşina visării” căci televizorul aduce un proces neîntrerupt de visare

colectivă, de fantezii colective în casele noastre. Aceasta este caracteristica esenţială a televiziunii care justifică valoarea distincţiei dintre real şi ficţiune, între lumea reală, concretă şi fantezia micului ecran.

Reveriile noastre sunt şi ele legate de lumea reală; prin intermediul lor, putem ajunge chiar să luăm decizii importante, să dezvoltăm planuri, să născocim strategii pentru un comportament viitor. Reveriile rămân totuşi fantezii, ele sunt experimentate mai degrabă ca intuiţii cărora noi ne predăm în mod pasiv, decât ca procese de gândire directă, inductivă, în chip conştient. Chiar şi cele mai «reale» trăsături ale televiziunii, cum sunt ştirile, conţin elementul de fantezie şi, mai mult, de fantezie erotică. Există puterea de atracţie, seducţia prezentatorului sau prezentatoarei şi a reporterilor, atracţia personalităţilor politice şi a altor subiecţi ai transmisiunilor de ştiri – ostatici, regine ale frumuseţii, criminali şi victime ale crimelor. Şi există senzaţionalismul, chiar sado-masochista forţă de atracţie a scenelor de violenţă, de război şi dezastru care alcătuiesc o parte atât de semnificativă a materialelor prezentate la ştirile TV: demonstranţii fiind bătuţi de poliţie; prizonierii fiind executaţi în război sau revoluţie; rămăşiţele arzând înăbuşit în urma unui accident aviatic. Neîndoielnic, elementul de „realitate” conţinut în ştiri este astfel, prin transmiterea la televiziune, automat transmutat în substanţa fanteziei şi a reveriei – drama – într-o povestire spusă în imagini încărcate cu nuanţe emoţionale şi uneori dificil de distins de realitate. Toată drama depinde de acea suspendare a îndoielii (lipsa de încredere), care ne va face pentru scurt timp să acceptăm personajele pe care le vedem pe scenă ca fiinţe umane reale, astfel încât noi să ne putem identifica cu ele spre a experimenta bucuriile şi durerile lor, întreaga gamă a emoţiilor acestora. Televiziunea prelungeşte suspendarea lipsei de încredere. Am putea crede, pentru o durată de trei ore, că Hamlet este o persoană reală, iar apoi suntem lăsaţi să reflectăm

asupra caracterului său cu detaşare şi înţelegere critică. Personajul din film ne însoţeşte aproape zilnic pentru o perioadă ce poate dura ani şi ne devine atât de familiar, încât reflecţia detaşată este inhibată sau dispare cu totul. Neîncrederea, (*disbelief*), poate astfel deveni suspendată permanent". (*Esslin* 1982: 95)

Bibliografie selectivă

American Psychiatric Association, *Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders*, 4th edition, Washington, 1994.

Anderson, D. şi P. Collins, *The Impact on Children's Education: Television's Influence on Cognitive Developement*, Office of Educational Research and Improvement, Departament of Education, 1988.

Barkley, R., „What is the Role of Parent Group Training in the Treatment of ADD Children?", în *Journal of Children în Contemporary Society* 19 (1, 2), 1986.

Baudriard, Jean, *Strategii fatale*, Polirom, 1998.

Berger, Arthur Aşa, *Narratives în Popular Culture, Media and Everyday Life*, Thousand Oaks: Sage Publications, Sage London, 1997.

Berger, Arthur Aşa, *Television as an Instrument of Terror. Essays on Media, Popular Culture and Everyday Life*, Transaction Books, New Brunswick, 1980.

Berger, Arthur Aşa, *Media USA*: *Process and Efect*, Longman, New York, 1991.

Brune, François, *Fericirea ca obligaţie*, Editura Trei, Bucureşti, 1993.

Buzzell, Keith, *The Children of Cyclops*: *The Influence of Television Viewing on the Developing Human Brain*, California: AWSNA, 1998.

Centerwell, B.S., „Television and Violence: The Scale of the Problem and where to go from here", în *Journal of the* American *Association*, 267 (22).

Claude Bonnange şi Chantal Thomas, *Don Juan sau Pavlov, Eseu despre comunicarea publicitară*, Ed. Trei, 1999.

Constock & Paik, *Television and the American Child*, Academic Press, 1991.

Constantinescu, Mihaela, *Post/postmodernismul: Cultura divertismentului*, Univers Enciclopedic, Bucureşti, 2001.

Cuilenburg, J.J., *Ştiinţa comunicării*, Ed. Humanitas, Bucureşti, 1998.

Culianu, Ioan Petru, *Eros şi magie în Renaştere 1484*, Nemira, Bucureşti, 1999.

Culianu, Ioan Petru, *Gnozele dualiste ale Occidentului*, Nemira, Bucureşti, 1995.

Culianu, Ioan Petru, *Religie şi putere*, Nemira, 1996.

Culianu, Ioan Petru, Călătorii în lumea de dincolo, Polirom, Iaşi, 2002.

Daley, E.A., *Father Feelings*, New York, 1978.

DeFleur, Melvin L., Sandra Ball-Rokeach, *Teorii ale comunicării de masă*, Polirom, Iaşi, 1999.

Diamond, M., *Enrichting Heredity*, Free Press, New York, 1988.

Dobrescu, Paul şi Alina Bârgăoanu, *Mass-media şi societatea*, Editura SNSPA – Facultatea de Comunicare şi Relaţii Publice, Bucureşti, 2001.

Drăgan, Ioan, *Paradigme ale comunicării de masă comunicării de masă*, Casa de Editură şi Presă Şansa, Bucureşti, 1996.

Durand Gilbert, *Aventurile imaginii*, Nemira, Bucureşti, 1999.

Durand, Gilbert, *Structurile antropologice ale imaginarului*, Univers Enciclopedic, Bucureşti, 2000.

„Effects of Television on Methabolic Rate: Potenţial Implications for Childhood Obesity", în *Pediatrics*, 1993, feb. 91 (2).

Eliade, Mircea, *Sacrul şi profanul*, Humanitas, Bucureşti, 1992.

Emery, Fred and Merrelyn, *A Choice of Futures – To Enlighten or Inform*, Centre for Continuing Education, Australian National University, 1975.

Emery, Merrelyn, *The Social and Neurophysiological Effects of Television and Their Implications for Marketing Practice*. Doctoral dissertation. Australian National University, Canberra, 1985.

Esslin, Martin, *Age of television*, W H Freeman & Co, 1982.

Everett, Miles, *How Television Poisons Children's Minds*, Miles Publishing, California, 1997.

Gheorghe, Virgiliu, *Efectele televiziunii asupra minţii umane*, Prodromos, Bucureşti, 2006.

Goethals, Gregor T., *TV Ritual*: *Worship at the Video Altar*, Beacon Pr, 1982.

Guinness, D. Mc., *When Children Don't Learn*, Basic Books, 1985.

Harrison, *Principiile Medicinei Interne*, ediţia a XIV-a, Ed. Teora, 2001 – 2003.

Healy, Jane M., *Endangered Minds*, Touchstone, New York, 1990.

Holdevici, Irina, *Sugestiologie şi psihoterapie sugestivă*, Ed. Victor, Bucureşti, 1995.

Huxley, Aldous, *Minunata lume nouă*, Univers, Bucureşti.

Kean, John, *Mass-media şi modernitatea*, Polirom, Iaşi, 2000.

Keiner, Douglas, *Cultura Media*, Institutul european, Iaşi, 2001.

Krugman, Herbert E., „Brain Wave Measures of Media Involvement", în *Journal of Advertising Reasearch* 11.1 (1971): 3 – 9.

Krugman, Herbert E., *Electroencephalographic Aspects of Low Involvement*: *Implications for the McLuhan Hypothesis*, American Association for Public Opinion Research, New York, 1970.

Krugman, Herbert E., „Memory Without Recall, Exposure Without Perception", în *Journal of Advertising Research* 17.4 (1977): 7 – 12.

Kubey, R.W. şi M. Csikszentmihályi, *Television and*

the Quality of Life: *How Viewing Shapes Everyday Experience*, Hillsdale, 1990.

Kubey, R., *Tuning în to Young Viewers*: *Social Perspectives on Television*, Sage, 1996.

Large, Martin, *Out of the Box*, http://www.allianceforchildhood.org.uk/Brussels 2000/Large.htm.

Large, Martin, *Who's Bringing Them Up*? *How to Break the TV Habit*, England: Hawthorn Press, 1997.

Larchet, J.C., *Terapeutica bolilor spirituale*, Editura Sofia, Bucureşti, 2001.

Lasch, Christopher, *The Culture of Narcissism*, W.W. Norton & Company, London, 1992.

Levinson, H.N., *A Scientific Watergate*, Dyslexia Stonebridge Publishing Ltd, Lake Succes, New York, 1994.

Lull, James, *Mass-media, comunicare culturală*, 1999.

Luna, Alexander Romanovich, *Language and Cognition*, John Wiley and Sons, New York, 1981.

Mander, Jerry, *Four Arguments for the Elimination of Television*, Quill, New York 1978.

Marion, Jean Luc, *Crucea vizibilului – Tablou, televiziune, icoană – o privire fenomenologică*, Deisis, Sibiu, 2000.

Maxim Mărturisitorul, *Filocalia* II, Harisma, 1993.

Maxim Mărturisitorul, *Filocalia LV*, Harisma, 1994.

McLuhan, Marshall, *Mass-media sau mediul invizibil*, Nemira, Bucureşti, 1997.

Moody, K., *Growing up on Television*, Times Books, New York, 1980.

Moore, Thomas, *The Re-Enchantment of Everyday Life Hodder*, London 1996.

Moore, Wes, *Televiziunea*: *Opiul popoarelor*, The Journal of Cognitive Liberties, Vol. 2, 2001.

Moscovici, Serge, *L'âge des foules*, Paris, Fayard, 1981.

Mulholland, Thomas, Erik Peper, *Occipital Alpha and Accomodative Vergence, Pursuit Tracking, and Fast Eye*

Movements, Psychophysiology, 1971.

Namer, Gerard, *Les communications de masse*. *Guide alphabétique*, *sur la direction de Jean Cazeneuve*, Ed. Denoël/Gonthier, Paris, 1976.

Nietzsche, F., *Aşa grăit-a Zarathustra*, Humanitas, Bucureşti, 1996.

Postman, Neil, *Amusing Ourselves to Death*, Penguin Books, New York, 1986.

Ramonet, Ignatio, *Tirania comunicării*, Doina, Bucureşti, 2000.

Rice, M., P. Haight, *Motherese of Mr*. *Rogers*: *A description of the dialogue of educational television programs*, Journal of Speech and Hearing Disorders, nr. 51, 1986.

Rhingold, Howard, Virtual Reality, Summit Books, New York, 1991.

Roco, Mihaela, *Creativitate şi inteligenţă emoţională*, Polirom, Iaşi, 2001.

Rose, Eugen (Pr. Serafim), *Nihilismul – o filosofie luciferică*, Editura Egumenită, Galaţi, 2004.

Sandy MacGregor Calm Research Centre, *Our Subconscious Mind is to Key*, http://www.calm.com.auzpages/02 sales. shtml.

Pearce, Joseph Chilton, *Evolution's End*: *Claiming the Potenţial of Our Intelligence*, California: Harper San Francisco, 1992.

Poplawski, Thomas. *Losing Our Senses*, Renewal: A Journal for Waldorf Education, Vol. 7, No. 2, Fall 1998.

Scheidler, Thomas. *Television*, *Video Games and the LD Child*, Pamphlet: Greenwood Institute, 1995.

Singer, Dorothy. *Caution*: *Television May Be Hazardous to a Child's Mental Health*, Developmental and Behavioral Pediatrics, Vol. 10, No. 5, October 1989.

Sartori, Giovani, *Homo Videns*, Humanitas, Bucureşti, 2005.

Sechehaye, M.A., *Journal d'une schizophrene*, P.U.F., Paris 1950.

Setzer, Valdemar W., *Media prin mijloace electronice şi educaţia, o viziune alternativă*, Editura Escrituras, São Paulo, 2001.

Setzer, Valdemar W., http://www.ime. usp.br/-vwsetzer.

Simisi, Pavlu, *Synandisi psyhiatrikis kai pistis*, Ed. Lidia, Tessalonic, 2002.

Shlain, Leonard, *The Alphabet Versus the Goddess*: *The Conflict Between Word and Image*, Penguin, New York, 1999.

Soesman, A., *The Twelve Senses*, Hawthorn Press, Stroud 1996.

Springer, S. şi G. Deutch, *Left Brain, Right Brain*, New York, V.

H. Freeman, 1985.

Stamatoiu, Ioan Ctin, *Sindroame psihopatologice*, Ed. Militară, Bucureşti, 1992.

Stăniloae, Dumitru, *Spiritualitate şi comuniune în liturghia ortodoxă*, Edit. Mitropoliei Olteniei.

Stăniloae, Dumitru, *Spiritualitatea ortodoxă*, *Ascetica şi Mistica*, Institutul Biblic de Misiune al Bisericii Ortodoxe Române, Bucureşti, 1992.

Steiner, J., *The People look at Television*, New York, 1963.

Strasburger, Victor C., *Adolescent and the media*, Sage Publications, 1995.

Thompson, John B., *Media şi modernitatea – o teorie socială a mass-media*, Antet, Bucureşti, 2000.

Tudor, Dana, *Manipularea opiniei publice în conflicte armate*, Dacia, Cluj, 2001.

Valkenburg, P.M. şi T.H. Voort, *„Influence of TV on Daydreaming and Creative Imagination*: *a Review of Research"*, *în Psychol Bull*, sep., 116 (2), 1994.

Velasco, J. Martin, *Introducere în fenomenologia religiei*, Polirom, Iaşi, 1997.

Zillmann, D., J. Bryant & A.C. Huston, *Media, Children, and the Family*: *Social, Scientific, Psychodynamic*

and Clinical Perspectives, Hillsdale, 1994.

Zingrone, Frank, *Chaos and the Meaning of Electric Culture*, http://www.chass. utoronto.ca/mcluhan-studies/vi issă/1 3 art3.htm

Williams, T.M. în J.L. Wheeler, *Remote Controlled*: *How TV Affects you and your Family*, Review and Herald Publishing Association, Hagerstown, 1993.

Williams, T.M., *The Impact of Television*: *A Natural Experiment în Three Communities*, New York, 1986.

Winick, C., *The Function of Television*: *Life Without Big Box*, Newbury Park, 1988.

Winn, Maria, *TriAEopaor*] *evac ţevoţ oro ottlti*, Atena, 1996.

Wurtz, Bruno, *New Age Paradigma Holistă sau Revrăjirea Vărsătorului*, Editura de Vest, Timişoara, 1992.

Wunenburger, Jean Jacques *Filosofia imaginilor*, Editura Polirom, Iaşi, 2004.

Ziauddin Sardar şi Borin Van Loon, *Câte ceva despre Mass-media*, Curtea Veche, Bucureşti, 2001.

Cuprins

Cuvânt înainte 5

O ipoteză tragică: triumful mondial al Statului magic 5

Ştiinţa între cultura nihilismului şi cultura credinţei 7

Amputarea memoriei sacre 10

Deformarea tiparelor experienţei colective. Dezbisericirea lumiil3

Introducere 15

Puterea imaginilor în mişcare 21

Prin imaginile sale, Televiziunea influenţează atât sistemul nervos vegetativ, cât şi pe cel endocrin 25

Imaginile tv au capacitatea de a substitui şi domina imaginile personale, dobândite prin lectură sau prin experienţa cotidiană…28 Oamenii se raportează la televizor, ca şi cum tot ceea ce ar vedea acolo ar fi real 31

Vizionarea TV ca stare alterată de conştiinţă 34

Concluzii 49

A vedea înseamnă a crede 51
A vedea înseamnă a crede 51
Magia televizionării sau despre tehnologizarea magiei 54
Puterea fantasmelor 56
Ce este magia? 58
Poate fi identificată vizionarea TV cu un act magic? 60
Etapa I. Aplicarea legăturii magice – atacul 62
Etapa a II-a crearea legăturii propriu-zise canalizarea imaginaţiei spre obiectul urmărit de actul magic 68
Se poate vorbi despre naşterea unei legături de natură magică între telespectator şi lumea TV? 70
Proiecţia, empatia şi identificarea sunt lianţii legăturii magice iniţiate prin vizionarea TV 71
Adesea fantasmele aleg pentru noi 73
Etapa a III-a. „Atracţia” sau intensificarea dorinţei 74
Prin televizor, dorinţa se poate consuma integral într-un perimetru fantastic 75
Spectrul acţiunii magice de la cumpărarea unui detergent până la săvârşirea unei crime 78
Manipularea atitudinilor ca fenomen magic 79
Cultura fanilor sau neoidolatria 81
Erotizarea imaginaţiei sau rolul fantasmelor în disoluţia vieţii de familie 86
Tirania fantasmelor 88
Întunecarea minţii prin televizionare 90
Televiziunea şi drogurile 99
Schizofrenia şi televizorul 105
Vizionarea TV – o experienţă anticipată în viziunile bolnavilor de schizofrenie încă dinaintea apariţiei televiziunii 109
Televiziunea cultivă o percepţie distorsionată a lumii reale 112
De ce vizionarea TV apare atât de des în povestirile consumatorilor de droguri sau a schizofrenicilor? 114
Televiziunea, asigură circulaţia liberă a fantasmelor

în mintea oamenilor 116
Magia Renaşterii sau renaşterea magiei în cultura occidentală…122 Arta memoriei, precursoare a televiziunii 123
Arta memoriei sau cultura fantasmelor sfârşește în demonologie. 126 Transformarea fanteziei într-o punte a demonilor, prin vizualizarea imaginativă a fantasmelor pasionale 128
Teatrul fantastic şi televiziunea 130
Televiziunea nu este decât o artă a memoriei, pusă în practică cu instrumentele oferite de ştiinţa modernă 131
Cu sau fără ştiinţă, magicieni ai timpurilor moderne 134
Se poate vorbi de o intervenţie a lucrării demonice pe parcursul vizionării TV? 137
O perspectivă creştină 140
Concluzii 149
Statul magic 154
Este uitatul la televizor un act religios? 165
Mitul conspiraţiei. Revoluţia română transmisă în direct 167
Mitul lui Rambo 168
Sacrul şi profanul 172
Misterul – dumnezeul religiilor păgâne 175
Spaţiul sacru, timpul sacru şi mitul 179
Spaţiul sacru 180
Lumea TV – casă a zeilor sau revrăjirea lumii prin televizionare. 184 Timpul sacru 192
Timpul originar, mitic şi sărbătoresc al lumii micului ecran este omologat cu veşnicia 195
Mitul 200
Lumea TV ca realitate mitică 202
Mitul ca instrument politic 206
Mitul terorismului 207
Mitologizarea prin televiziune 209
„Rambo-mania” 210
Televizorul – templu al lumii moderne, temeiul unui

alt fel de sanctificări 212
Mitul modului de viaţă modern sau modelarea mitologică a consumatorului ideal 218
Mitul american, mitul occidentului sau pământul făgăduinţei 220
Despre un posibil monopol al televiziunii pe piaţa miturilor şi fantasmelor omului modern 221
Caracterul sacrificial al vizionării TV 230
Vizionarea TV ca act cu conotaţii religioase şi cultele politeiste…236 Televiziunea ca substitut funcţional al religiei 239
Religia, puterea simbolică şi televiziunea 240
Funcţiile educativă, axiologică şi de orientare sunt preluate astăzi de mass-media 242
Caracterul profetic al televiziunii 244
Socializarea prin televizor 247
Coordonatele psihoterapeutice ale vizionării TV 250
Concluzii. Este vizionarea TV un comportament religios? 254
De ce revrăjirea, şi nu vrăjirea lumii prin televizor 263
Anexă 271
Bibliografie selectivă 278
4 Răspândirea gândirii protestante (iconoclaste în esenţă), dezvoltarea societăţii tehnologice, apariţia şi răspândirea gândirii evoluţioniste şi materialiste pot fi considerate cauzele principale ale fenomenului. Gândirea evoluţionistă, tehnicistă, odată cu realitatea sufletului, au desconsiderat sau chiar au negat puterea şi influenţa pe care imaginile, simbolurile, arhetipurile şi miturile le au în viaţa minţii şi a sufletului omului, şi a civilizaţiei sale. Puteri ale minţii ca imaginaţia, memoria şi afectivitatea au fost reduse doar la nivelul unui mecanism fiziologic sau psihologic dominat de biologic (instinct) sau de experienţa educativă, culturală şi ideologică. În mentalitatea evoluţionistă care guvernează ideologia colectivă a modernităţii, omul nu este decât un animal cu un sistem

nervos capabil de a organiza informaţia şi a controla instinctele. Născut şi crescut în această atmosferă.

40 Această descriere a operatorului magic, dacă nu ar fi fost făcută de unul din strămoşii magicienilor sau a celor care dintotdeauna au căutat să stăpânească sau să

47 Din cauza gradului ridicat de dificultate al primei părţi a acestui capitol, pentru cei nefamiliarizaţi cu terminologia, recomandăm a se începe cu subcapitolul Lumea TV ca realitate mitică. Odată obişnuiţi însă cu aspectele practice ale

48 în acelaşi sens, şi actele numite religioase în contextul istoriei religiilor pot fi socotite ca acte sfinte, de cultivare a uniunii cu Dumnezeul Cel Adevărat, sau dimpotrivă, ca acte idolatre, magice, ale închinării la tot felul de idoli, toteme etc.